

As artes visuais na comunicação social portuguesa

O caso do jornal Público

Maria João Rocha Monteiro

**Relatório de estágio de Mestrado em
Jornalismo**

Março de 2017

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários
à obtenção do grau de Mestre em Jornalismo realizado sob a orientação científica do
Professor António Granado

**As artes visuais na comunicação social portuguesa:
O caso do jornal Público**

**(Visual arts in portuguese media organizations:
The case of newspaper Público)**

Maria João Monteiro

**RESUMO
(ABSTRACT)**

PALAVRAS-CHAVE: Público, jornalismo, cultura, jornalismo cultural, artes visuais, artes plásticas, pintura, escultura, design, fotografia, arquitectura

O presente relatório de estágio incide sobre a presença das artes visuais na comunicação social portuguesa, tomando como exemplo o caso do jornal *Público*. Neste sentido, procura aliar a experiência de três meses de estágio na secção de cultura a uma reflexão crítica sobre a dimensão ocupada pela pintura, escultura, design, fotografia e arquitectura na secção relativamente às restantes expressões artísticas. Partindo de uma base teórica sobre o jornalismo cultural e as suas especificidades, é realizada uma análise aos artigos produzidos no site do jornal entre Junho e Agosto de 2016 (período em que decorreu o estágio a que este relatório diz respeito). O estudo tem por base a análise quantitativa sobre os temas e os géneros jornalísticos em causa e entrevistas aos jornalistas responsáveis por estes temas e a uma das editoras.

KEYWORDS: Público, journalism, culture, cultural journalism, visual arts, plastic arts, painting, sculpture, design, photography, architecture

This report aims to study the presence of visual arts in the portuguese media and is based on the case of daily newspaper *Público*. Therefore, it tries to tackle both the three-month internship experience in the culture section and a critical reflection on the way painting, sculpture, design, photography and architecture are covered in comparison to other art forms. Starting with a theoretical basis on cultural journalism and its specificities, the analysis refers to the articles published on *Público*'s website between June and August 2016 (the duration of the internship on this report). The study relies on the quantitative analysis of the covered topics and journalistic genres and interviews with journalists who write about visual arts and one of the culture editors.

Índice

1. Introdução.....	1
2. O jornalismo enquanto pilar da comunidade.....	2
2.1. O <i>storytelling</i> e a relação com as fontes	3
2.2. A nova cultura da informação 24h por dia.....	3
3. Jornalismo cultural.....	4
3.1. História do conceito e evolução do campo.....	6
3.2. O jornalista cultural e as suas funções	8
3.3. A especialização no jornalismo cultural	10
3.4. A crítica como género de excelência	12
3.5. A mercantilização da cultura.....	14
3.6. O impacto da Internet no jornalismo cultural.....	16
4. Jornalismo cultural em Portugal	17
4.1. As artes visuais na imprensa portuguesa.....	20
5. O caso do <i>Público</i>	22
5.1. Organização e funcionamento	23
5.2. Análise: as artes visuais no <i>Público</i>	25
5.3. À conversa com os jornalistas do <i>Ípsilon</i>	33
5.4. Observações finais	41
6. Conclusão	43
7. Referências bibliográficas	47
8. Anexos	49

1. Introdução

Alicerçado nos princípios do jornalismo em geral, o jornalismo cultural tem como missão a desconstrução de significados que permite levar um conjunto de conhecimentos especializados a um número alargado de pessoas. Trata-se de uma editoria multidisciplinar que abrange uma gama diversificada de temáticas como a música, o cinema, a literatura, o teatro, a dança, o design, a pintura, a escultura, a arquitectura e a fotografia e que, por isso, exige que o jornalista se equipe com uma série de ferramentas que lhe permitam compreender integralmente cada expressão artística – só assim poderá descodificar eficazmente as mensagens culturais e chegar ao receptor.

Face a uma realidade cada vez mais exigente que, por um lado, é pautada por um incessante fluxo de informação multidireccional e que, por outro, requer uma adaptação às adversidades da crise económica no jornalismo, é preciso fazer escolhas. Estas decisões devem aliar a importância objectiva dos assuntos às necessidades informativas do leitor, mas são determinadas muitas vezes pela desafiante gestão dos recursos. Desse modo, a cobertura cultural é condicionada pela agenda e por um grupo restrito de instituições, levando a que áreas tradicionalmente populares como a música e o cinema se mantenham na dianteira sem deixar grande margem de manobra para a exploração de outras temáticas como as artes visuais. É tendo por base esta tendência que este relatório focará o lugar ocupado pelas artes visuais na cultura do *Público*, de forma a perceber a que propósito estas aparecem nas suas páginas, a dimensão que representam relativamente às outras artes, os agentes e as instituições culturais que protagonizam estas notícias e a relação dos leitores com estes temas.

Os três meses de estágio na secção de cultura do *Público* permitiram sistematizar um conjunto de conhecimentos relativos à escrita jornalística da própria editoria e assistir de perto à selecção criteriosa que determina a escolha de uma arte em detrimento de outra. A partir dessa experiência, o presente trabalho versa sobre os conteúdos produzidos neste período para o on-line e desdobra-se em três partes: a revisão de literatura respectiva ao jornalismo cultural e às suas características, como a especialização e a crítica, a análise de gráficos relativa à distribuição de artigos por tema, à distribuição dos géneros jornalísticos por artes e à localização geográfica e as entrevistas aos jornalistas responsáveis pelas artes em questão e a uma das editoras.

2. O jornalismo enquanto pilar da comunidade

“As notícias podem ter efeitos sobre a conduta das pessoas, activando ou desactivando comportamentos. Os efeitos comportamentais são a consequência dos efeitos cognitivos e afectivos”

Jorge Pedro Sousa in *Por que as notícias são como são* (p.9)

Existe uma relação directa entre o trabalho do jornalista e as necessidades dos cidadãos. A finalidade primária do jornalismo é fornecer a informação essencial ao público para que este possa ter a liberdade de fazer escolhas. O jornalista é um intérprete e comunicador da realidade e a sua responsabilidade é fazer uma selecção isenta e rigorosa dos acontecimentos relevantes para a comunidade. “A primeira obrigação do jornalismo é para com a verdade” (Rosenstiel e Kovach, 2004: 36), por isso este é tido como o quarto poder nas democracias ocidentais, uma vez que é sua função vigiar todos os outros.

A sociedade, por outro lado, sente uma necessidade instintiva de saber o que se passa ao seu redor. De acordo com os sociólogos Harvey Molotch e Marilyn Lester, ter conhecimento de tudo o que está para lá das nossas experiências pessoais “confere-nos uma sensação de segurança, controlo e confiança” (Rosenstiel e Kovach, 2004: 5). O jornalismo põe em contacto as pessoas, os grupos e as organizações e estes “dependem da comunicação social para compreenderem o que acontece, receberem orientações e saberem como agir” (Sousa, 2002: 5).

As notícias têm um enquadramento espaço-temporal que molda o olhar que a sociedade forma sobre o mundo, determinando sobre o que esta pensa e a forma como pensa sobre os assuntos. Comportam, por isso, profundas consequências a nível social, político, económico e cultural e são, sobretudo, “um produto do sistema cultural em que são produzidas” (Sousa, 2002: 10), resultando de uma filtragem de temas e conteúdos que privilegiam determinados acontecimentos ou indivíduos em detrimento de outros.

2.1. O *storytelling* e a relação com as fontes

A responsabilidade do jornalista não se prende apenas com a transmissão de informação pertinente à vida dos cidadãos, mas com a necessidade de dar interesse e relevância aos acontecimentos relatados para que o público lhe preste atenção. Afinal, “jornalismo é contar histórias com uma finalidade” (Rosenstiel e Kovach, 2004: 153) e, muitas vezes, é esse elemento narrativo que define o sucesso de uma notícia em relação a outra – não é tanto aquilo que contamos, mas a forma como o contamos.

Michael Shudson definiu, em 1988, que as notícias podem corresponder a géneros literários como o romance, a tragédia, a comédia e a sátira e assinalou que “as notícias são semelhantes porque as pessoas contam histórias de uma forma semelhante” (Sousa, 2002: 13).

O jornalismo tem por base o princípio de verificação que coloca a narrativa “ao serviço da verdade” (Rosenstiel e Kovach, 2004: 167). A sua objectividade só existe como garantia de honestidade, uma vez que retratar uma determinada realidade vai sempre implicar a escolha de um ângulo que difere de indivíduo para indivíduo.

O jornalista deve fomentar uma relação de confiança com as fontes sem que isso prejudique o distanciamento necessário à sua credibilidade e independência na cobertura dos assuntos que lhes digam respeito. O primeiro compromisso do jornalista é para com os cidadãos, pacto esse que assegura que “a cobertura dos factos não defende interesses próprios nem de amigos” (Rosenstiel e Kovach, 2004: 53).

A abordagem livre e isenta é transversal a todos os géneros jornalísticos, nomeadamente a opinião, a crítica e o comentário, que significam uma “independência de espírito e de pensamento, e não neutralidade, que os jornalistas devem ter sempre presente” (Rosenstiel e Kovach, 2004: 100).

2.2. A nova cultura da informação 24h por dia

O aparecimento da Internet veio criar um novo paradigma de hábitos de consumo jornalístico. Se anteriormente as pessoas obtinham a informação de forma doseada, quer porque compravam o jornal ou porque se ligavam aos telejornais, actualmente a informação provém de todos os meios e direcções e não tem hora ou lugar. Ora isto constitui um desafio para o jornalismo, pois este deve continuar a zelar pelos critérios

de verdade, rigor, independência e pertinência dos seus conteúdos enquanto se adapta, ao mesmo tempo, à instantaneidade dos novos tempos.

De algum modo, a nova cultura da informação imediata fez do público “testemunha dos acontecimentos que afectam a vida pública, assistindo mesmo ao seu desenvolvimento em determinadas circunstâncias” (Sousa, 2000: 127). Com espectadores e leitores mais atentos e exigentes, ganha espaço o relato rápido em detrimento da notícia atentamente verificada – a “ditadura” do imediato ameaça a credibilidade da comunicação social, uma vez que “a imprensa está cada vez mais concentrada em encontrar o “grande furo” que temporariamente reunirá as grandes audiências, hoje cada vez mais fragmentadas” (Kovach e Rosenstiel, 2004: 47).

O jornalismo actual tende a ficar-se, em grande parte, pela superfície das questões, colocando assim em risco, além da missão de guardião da verdade que sempre o caracterizou, a construção de uma sociedade devidamente informada e dotada de todas as ferramentas necessárias para tomar decisões.

A proliferação dos meios digitais implica uma reformulação do modelo de negócio tradicional – baseado na publicidade – e torna o jornalismo submisso aos cliques e às visualizações, enfim, à nova lógica de mercado. O jornalista tem que produzir o “simples”, o “curto” e o “que se vende” (Bordieu, 1994: 59) e alimentar o sistema incessantemente, o que resulta muitas vezes na produção quase automatizada de notícias com reduzida importância.

3. Jornalismo cultural

“A cultura é uma dimensão essencial da democracia. Tem uma importância insubstituível na formação da personalidade e na formação humanística e cívica dos cidadãos e é ainda um factor de crescente desenvolvimento económico e social”

Vasco Graça Moura in *Cultura e Sociedade* (p.141)

Ao longo dos anos, o jornalismo cultural vem abrindo caminho nos meios de comunicação social e tem-se afirmado como um importante braço da função democratizadora e crítica que é por excelência a base do jornalismo. Podemos definir jornalismo cultural como “aquele que tem na sua essência práticas, bens ou perspectivas

culturais” (Santos Silva, 2011: 70), sendo que consagra um vasto leque de temáticas como a música, o cinema, a literatura, o teatro, a dança, o design, a pintura, a escultura, a arquitectura, a fotografia ou mesmo a moda e a gastronomia – áreas que têm conquistado cada vez mais espaço no jornalismo cultural. A par da grande abrangência temática, “o jornalismo cultural tem um tipo específico de cobertura, lógicas diferenciadas, especificidades linguísticas e, naturalmente, uma amplitude temática” (Santos Silva, 2011: 70).

De acordo com Isabelle Anchieta de Melo, o jornalismo cultural “cumpre simultaneamente uma função informativa e poética na vida dos sujeitos” (2010, p. 11). Por um lado, possibilita aos indivíduos o contacto com os vários saberes artísticos e criativos e, ao mesmo tempo, alimenta e estimula o pensamento e a reflexão sobre a realidade que os rodeia. Apesar de obedecer às regras e práticas do jornalismo em geral, nomeadamente a critérios de noticiabilidade como a veracidade, a actualidade, a proximidade, a proeminência, o conflito e as consequências (Fontcuberta, 1993), o jornalismo cultural distingue-se das demais editoriais porque dá ao público o acesso indiferenciado às artes e tem uma vertente especialmente crítica nos seus géneros jornalísticos. Além de abarcar géneros jornalísticos como a notícia e a reportagem, integra a crítica – o género jornalístico cultural por excelência –, a crónica e a resenha. Se é verdade que as restantes editoriais jornalísticas também incluem opinião, esta roupagem analítica e interpretativa não é um elemento estruturante das mesmas. Recorre, ainda, a outros géneros jornalísticos como a biografia, o perfil, o obituário e a efeméride.

Tido como “criador e reproduzidor de cultura” (Santos Silva, 2011: 64), o jornalismo cultural apresenta maior flexibilidade não só no que diz respeito aos temas abordados, mas também aos critérios de noticiabilidade e à linguagem utilizada. Isto verifica-se, por exemplo, no critério de actualidade, uma vez que “os lançamentos de um livro, de uma exposição ou de uma peça de teatro têm um período de vigência maior do que os resultados das eleições autárquicas ou do que um acidente de viação” (Santos Silva, 2011: 80). O interesse público também é um valor-notícia bastante vincado nesta área e reside na “satisfação que pode provocar na audiência o conhecimento de um determinado acontecimento cultural” (Santos Silva, 2011: 80), que é transmitida sobretudo através dos eventos considerados na agenda.

A agenda determina em grande parte o curso do jornalismo cultural, uma vez que o trabalho feito se centra maioritariamente no lançamento de discos, filmes e livros e na inauguração de exposições e mostras em detrimento de trabalhos a prazo - arrisca-se, portanto, a ser exclusivamente um jornalismo de divulgação. Essa limitação deve ser ultrapassada para, assim, “compreendermos o sentido forte de cultura, explorando mais as implicações das obras na sociedade do que, propriamente, reduzir o jornalismo cultural a uma agenda de eventos” (Anchieta de Melo, 2010: 4).

O jornalismo cultural distingue-se também por uma maior liberdade do discurso que imbui os factos de um cunho narrativo e criativo e, além disso, reflecte a especialização das áreas que cobre. Há, inclusive, quem critique “o tratamento demasiado especializado que alguns temas culturais sofrem, repercutindo-se em vocábulos eruditos, que inviabilizam a compreensão do artigo” (Santos Silva, 2011: 78).

3.1. História do conceito e evolução do campo

Os conceitos de cultura e jornalismo cultural têm evoluído paralelamente e, nesse sentido, importa perceber como se têm transformado desde os primórdios do seu aparecimento. Primeiramente, podemos definir a cultura como “um conjunto de práticas que constroem conhecimento, significados, valores e subjectividades, sendo um factor de desenvolvimento e coesão social” (Cupertino de Miranda, 2012: 45). A existência de espaços culturais como museus, galerias e fundações é essencial para a construção de uma sociedade participativa e crítica, pois estes são “lugares de encontro, de estímulo, de diálogo, de confronto e de emoções” (Cupertino de Miranda, 2012: 50).

O conceito de cultura é, provavelmente, um dos que tem gerado uma mais ampla e longa discussão dentro das ciências sociais, uma vez que tanto pode dizer respeito a “um acervo de grandes obras “legítimas” como adquirir um sentido mais antropológico e abranger as formas de viver, sentir e pensar inerentes a um grupo social” (Mattelart e Neveu, 2006: 7).

No século XVII, a cultura dizia respeito ao “processo geral de desenvolvimento intelectual e estético” (Bowman, 2012: 13) e viria a ser, até meados do século XIX, o conjunto de costumes, tradições e valores das elites. Dado que apenas uma pequena parte da população era letrada, o consumo e a produção de cultura ficava limitado às classes sociais mais altas. Foi apenas com o surgimento da segunda revolução industrial

e a emergência da sociedade de massas que apareceram “as primeiras formas de mediatização da cultura: a imprensa, o cinema, a rádio, a fotografia e, posteriormente, a televisão” (Santos Silva, 2011: 26). O acesso generalizado à cultura homogeneizou os seus padrões e deixou para trás a oposição de noções como cultura erudita e cultura popular.

Além de ser uma expressão, a cultura passou a ser tratada como um produto sustentado pelo desenvolvimento económico e social, dando origem ao conceito de “indústria cultural”, criado por Korkheimer e Adorno em 1944. Os dois autores da escola de Frankfurt definiram, por um lado, que “são apocalípticos aqueles que consideram que a cultura de massas é uma ameaça e uma anticultura” e, por outro, “são integrados os que vêem este fenómeno como um avanço social, dado estar disponível a todos os públicos” (Santos Silva, 2011: 36).

O jornalismo cultural nasceu como “o produto da era pós-Renascimento e do movimento iluminista do século XVIII” (Santos Silva, 2011: 91) e começou por obedecer à dicotomia “cultura clássica” e “cultura antropológica” que noticiava, num caso, apenas as belas-artes e, no outro, os costumes das elites. Primeiro com os folhetins culturais e depois através de publicações especializadas como a revista britânica *The Spectator*, criada em 1742, o debate literário e artístico começou a ganhar força. Ao longo da sua história, o jornalismo cultural cultivou a tendência de mostrar “repertórios restritos, destinados a uma minoria de conhecedores, logrando certo prestígio dentro deste público” (Basso, 2006: 7). Com o aparecimento dos meios de comunicação de massas, o jornalismo cultural “encarrilou numa filosofia de entretenimento e lazer” (Santos Silva, 2009: 93).

No fundo, a cultura liquidificou-se e passou a abranger dentro do seu espectro obras de arte consagradas como a *Gioconda*, de Leonardo da Vinci e a reacção de um determinado grupo a um jogo de futebol (Mattelard e Neveu, 2006) e a colocar lado a lado artistas tão diferentes como Chopin e Madonna ou Shakespeare e J.K. Rowling, evolução essa que se verifica na diversidade da cobertura feita actualmente pelos jornalistas culturais. Esse trabalho reflecte, ao fim e ao cabo, “uma mescla de culturas, que interagem umas sobre as outras e cujas fronteiras, num ambiente de globalização, se tornam crescentemente difusas” (Sousa, 2006: 71).

3.2. O jornalista cultural e as suas funções

O jornalista cultural é um mediador e tem como objectivo primordial “descortinar as obras culturais (a literatura, a música, o cinema, as artes plásticas, etc) em seu sentido forte; no que possuem de estético e ético” (Melo, 2010: 11). Deve, por isso, usar linguagem corrente e compreensível para descodificar um conjunto de conhecimentos especializados e levá-los ao maior número possível de pessoas. No entanto, tem que atentar à necessidade de transmitir a informação de forma a não reduzir o seu significado, isto é, “deve explorar toda a riqueza do facto ou pessoa em questão sem perder de vista a capacidade de dar comunicabilidade à representação simbólica dele ou dela” (Melo, 2010: 9).

Dado que “todas as artes se desenvolvem em relação com outras artes” (Santos Silva, 2011: 40), o jornalista cultural contacta com especialistas de diversas áreas e, nesse sentido, precisa de se munir de ferramentas que lhe permitam ser um intermediário eficiente entre os artistas e o público, já que “somente um treino rigoroso e contínuo do jornalista cultural pode fazer com que seja porta-voz dos especialistas e dos artistas” (Carlos, 2011).

Além de ter a responsabilidade de informar o público sobre um vasto leque de expressões artísticas, o jornalista cultural “precisa de saber contextualizá-las de acordo com os países ou regiões de onde provêm” (Santos Silva, 2011: 83), ou seja, não apenas fornecer dados brutos mas antes esclarecer o cenário em que se inserem. Para isso, precisa não só de documentação e conhecimento consistentes sobre as temáticas que aborda, mas também de uma sensibilidade apurada para fazer a curadoria e o tratamento das obras e dos artistas, pois se for utilizada sempre “uma mesma forma de enquadrar, acabarão por simplificar e amputar a força do que descrevem” (Melo, 2010: 11).

Em boa verdade, é esse olhar crítico e reflexivo que permite ao jornalismo cultural “seleccionar os temas culturais que estão no centro das atenções do interesse público e definir os que são (potencialmente) produtivos para a cidadania cultural” (Jaakola, 2015: 43). Por sua vez, o público que recebe a informação pode estar mais ou menos familiarizado com o mundo cultural e artístico e “varia de acordo com o seu conhecimento e experiência prévia com as artes” (Jaakola, 2015: 78). Pode, portanto, ser composto por leitores especializados que procuram acompanhar uma determinada

área e por leitores generalistas que acompanham a cultura popular ou procuram um tema em específico.

Os jornalistas culturais têm como principais fontes os agentes culturais, como os museus, as galerias, as companhias de teatro, as editoras discográficas, as promotoras de festivais e as promotoras de cinema, que “vão ao encontro dos media como forma de promover os seus produtos” (Santos Silva, 2011: 81). Este é um jornalismo em grande parte ditado pela agenda, uma vez que a novidade reside sempre no lançamento de um produto cultural – como um álbum, um filme ou um livro – ou num evento de cariz cultural como a inauguração de uma exposição. Além disso, os jornalistas que reportam sobre as artes “são considerados agentes-chave que criam valor simbólico para as instituições e mobilizam, dessa forma, recursos essenciais à formação do mundo artístico” (Jaakola, 2015: 43). Naturalmente, os agentes culturais apercebem-se desta dinâmica e enviam antecipadamente a informação aos jornalistas, que planeiam a sua própria agenda com base nela. A articulação na comunicação entre o artista e o jornalista tem cada vez mais um “papel fundamental na organização, no pré-enquadramento e na mediação dos eventos culturais” (Jaakola, 2015: 80).

Cabe, por isso, ao jornalista a tarefa de escapar à superficialidade e à limitação dos temas dados como adquiridos para procurar outras questões e explorá-las a fundo. Assim sendo, é imprescindível que o jornalista esteja “constantemente atento às manifestações e tendências culturais, enfim, à sociedade que o rodeia” (Santos Silva, 2011: 82). É sua responsabilidade ultrapassar o chamado “turismo de arte”, conceito definido por Fabio Cypriano em 2009, que determina que os profissionais “veiculam informações que agradam a toda a gente” (Santos Silva, 2011: 96), devido ao envio de produtos culturais e de convites para inaugurações ou outros eventos.

A par de ultrapassar a agenda, o jornalista cultural deve cultivar um forte espírito crítico e analítico que lhe permita olhar com profundidade os objectos culturais e as crescentes tendências artísticas. Contudo, este é um tipo de reflexão diferente daquela que é a perspectiva mais autoral encetada pelo crítico, uma vez que deste já se espera “uma interpretação acerca das expressões culturais sobre as quais exerce crítica” (Santos Silva, 2011: 84).

Há um conjunto de desafios que paira sobre a profissão. Em primeiro lugar, a cultura começa a estender-se a outras áreas como a moda, a gastronomia e o lifestyle, ao mesmo tempo que se torna necessário apostar na “abordagem de temáticas clássicas

(política, economia e etc) por meio de um olhar cultural/reflexivo” (Melo, 2006: 3). Além disso, “o culto às celebridades começou lentamente a substituir o debate de ideias” (Santos Silva, 2011: 84), ou seja, é frequente as notícias centrarem-se não no produto artístico em si, mas na figura à qual ele surge acoplado. Por outro lado, o surgimento da Internet, que será abordado a fundo mais à frente, levou ao crescimento da criação de conteúdos culturais por cidadãos comuns (blogues, sites de notícias sobre determinada arte) e ao questionamento da autoridade e validade da crítica enquanto género.

3.3. A especialização no jornalismo cultural

Como mencionado previamente, o jornalista cultural segue as convenções e os princípios fundamentais do jornalismo. À semelhança dos seus pares de outras áreas, tem que possuir uma série de conhecimentos para cobrir os temas que lhe competem na secção de cultura. Isso implica, desde logo, um esforço para “apreender e compreender essa realidade e as linguagens que alicerçam e traduzem esse esforço cognoscitivo” (Sousa, 2002: 3). Um jornalista cultural tem que perceber de um conjunto diversificado de artes como a música, o cinema, a dança, o teatro, a literatura, a pintura, a escultura, a arquitectura, a fotografia e o design; só aprofundando o seu entendimento sobre estes saberes artísticos poderá ser um mediador eficaz e credível entre os artistas e o público e fomentar relações de confiança duradouras com ambas as partes.

A necessidade de dominar os conceitos técnicos e específicos da cultura e a progressiva expansão dos novos canais informativos associados ao avanço tecnológico, que “possibilitam uma maior difusão de mensagens, assim como uma maior segmentação das mesmas” (Markina, 2010: 7), tornam a especialização não só relevante como indispensável. Dado que há um grande fluxo de informação que vem de todas as direcções, os meios de comunicação social procuram maior rigor e profissionalização, passando a oferecer “serviços informativos cada vez menos generalistas, adaptando-se ao perfil e às necessidades dos utilizadores” (Markina, 2010: 7).

No livro *Especialización en el periodismo*, coordenado por Idola Camacho Markina, a autora estabelece diferentes níveis de especialização no jornalismo. Em primeiro lugar, apresenta o nível especializado em menor grau que se traduz nas notícias das diferentes secções dos conteúdos noticiosos. No segundo nível, situam-se

suplementos especializados editados pelos meios impressos (como é o caso do *Ípsilon*, no *Público*) ou dos programas especializados (como o Cinebox, na TVI). Ainda num terceiro nível, estariam os meios especializados como revistas ou programas com uma determinada periodicidade e focados num só tema. Segundo a investigadora, o jornalismo especializado dedica-se ao “estudo e análise dos elementos documentais e de investigação que possam ser de maior utilidade para uma melhor compreensão dos factos noticiosos” (Markina, 2010: 9).

No contexto do jornalismo cultural, o jornalista “deve conhecer a realidade cultural e comunicá-la à sua audiência com exactidão, rigor e profundidade” (Martínez, 2010: 162). Isto quer dizer que o jornalista deve documentar-se sobre os acontecimentos culturais e as correntes artísticas existentes, sem perder de vista o carácter interdisciplinar da cultura, que implica que “as distintas manifestações diluam as suas fronteiras e se enriqueçam com os conteúdos procedentes de outros âmbitos como a política, a ciência ou a tecnologia” (Martínez, 2010: 163). Um bom exemplo desta relação pluralista é a política cultural, que trata o desenvolvimento e a gestão pública e privada dos equipamentos culturais e lida com questões como orçamentos e outros processos administrativos. Assim sendo, a cultura assume directamente uma “dimensão quotidiana e estabelece uma conexão com os acontecimentos e problemas sociais” (Martínez, 2010: 163).

O jornalista deve, então, identificar o facto cultural, tendo conhecimento deste de antemão, para que possa reportá-lo e analisá-lo de forma crítica e independente, sem ser influenciado pelas acções de divulgação das instituições culturais. Para isso tem que se documentar devidamente e contactar fontes especializadas, sejam eles os autores das obras em causa (compositores, músicos, escritores, realizadores, produtores) ou os responsáveis pela sua dinamização (directores de museus, conservadores). Em todo o caso, a especialização jornalística é definida por dois critérios: “a claridade na exposição e a maior fiabilidade que tem entre os receptores, dado o maior conhecimento que possui dos factos e das fontes geradoras” (Markina, 2010: 10).

É de sublinhar, ainda, que o jornalista cultural tende a descrever-se como sendo “jornalista de uma disciplina artística em particular” (Jaakola, 2015: 109) em vez de usar o título geral – são, portanto, jornalistas de música, jornalistas de cinema ou jornalistas de literatura, entre outros. Apesar de darem primazia aos princípios

jornalísticos, a vertente interpretativa desta área faz com que alguns jornalistas se identifiquem, ao mesmo tempo, “como jornalista e crítico” (Jaakola, 2015: 109).

A especialização proporciona uma maior proximidade entre o jornalista e o público, pois este sente que as suas necessidades informativas são melhor satisfeitas dado o elevado nível de conhecimento que o seu emissor tem sobre um determinado assunto. Além disso, ao desenvolver uma perspectiva mais crítica e analítica, o jornalista tem mais probabilidade de estimular o pensamento da audiência, despertando o seu interesse para novos temas e aumentando, assim, a sua participação.

Durante muito tempo, o jornalismo especializado foi personificado na figura do colaborador. Este deveria compensar a “falta de profissionais suficientemente conhecedores das diferentes áreas informativas nas redacções jornalísticas” (Markina, 2010: 16), chegando mesmo a ter um lugar físico nas redacções devido à frequência com que se recorria ao seu trabalho. A especialização na cultura dos meios de comunicação social divide-se de acordo com as diversas artes e, nesse sentido, verifica-se uma tendência na especialização de jornalistas que se dedicam a uma das áreas criativas em particular. Continua a existir uma abundância de colaboradores, que são normalmente chamados para escrever ou reportar temas muito especializados ou para fazer crítica, mas cada vez mais os jornalistas se dedicam em simultâneo à abordagem expositiva e analítica de determinada expressão artística.

3.4. A crítica como género de excelência

Além da reportagem e da entrevista, o jornalismo cultural distingue-se pelo recurso a géneros pouco usuais nas restantes editoriais, tais como a biografia, o perfil, o obituário e a efeméride. Os dois primeiros tendem a centrar-se no protagonista de um evento cultural, no autor de uma obra ou simplesmente numa figura relevante no panorama cultural. O obituário segue a mesma linha biográfica que percorre a vida e obra do autor em questão, mas apenas no contexto da sua morte; já a efeméride é utilizada para assinalar os aniversários de determinados acontecimentos culturais. É, no entanto, a crítica que assume o papel principal no jornalismo cultural, uma vez que “envolve um conhecimento profundo das obras e dos seus autores e uma reflexão sobre os seus conteúdos, de modo a ser feito um juízo de valor” (Santos Silva, 2011: 7).

A crítica é a representante máxima do carácter reflexivo e analítico do jornalismo cultural e tem como função explicar ao público porque é que determinados artistas e tendências merecem ou não a sua atenção. A par disso, é seu dever contextualizar devidamente os produtos ou eventos culturais apresentados de acordo com os respectivos artistas e correntes artísticas, descortinar o processo de criação e “mostrar a relação entre a obra e outras disciplinas” (Markina, 2010: 173).

Em *Os gatos: publicação mensal d'inquérito à vida portuguesa*, Fialho de Almeida escreveu: “Deus fez o homem à sua imagem e semelhança, e fez o crítico à semelhança do gato. Ao crítico deu ele, como ao gato, a graça ondulosa e o assopro, o ronron e a garra, a língua espinhosa e a calinerie.” O crítico distingue-se dos demais jornalistas pela visão ampla e aprofundada que possui sobre uma área em particular e pela sua grande capacidade enquanto comunicador, que lhe confere autoridade e o torna “idóneo para transmitir correctamente a análise, interpretação e juízo que a crítica implica” (Markina, 2010: 173).

Para fazer crítica, é preciso mergulhar a fundo no objecto de análise para que, conhecendo-o em todas as suas dimensões, seja possível reunir os argumentos necessários à construção de uma opinião relevante que ultrapasse o gosto pessoal ou o juízo imediato. É, portanto, um desafio para os aspirantes a críticos “desenvolver a voz, o comando e a autoridade que dão peso às suas opiniões críticas” (McLeese, 2011). A capacidade do crítico para argumentar é o factor diferenciador que lhe permite ou não chegar ao público, no sentido em que um argumento pode “criar diálogo, esclarecer ou enfurecer” (McLeese, 2011).

O produto final de uma crítica não é, no entanto, tão importante como o processo de que é derivado. Se for bem-sucedida, a crítica deverá espelhar as várias fases de reflexão por que o crítico passou para chegar a uma conclusão e mostrar a sucessão das suas ideias à medida que este “toma consciência da essência de um trabalho ao escrever sobre ele” (McLeese, 2011).

É necessário, contudo, estabelecer a diferença entre a crítica e a resenha. Ao contrário desta última, que incide sobre um trabalho pontual e informa o público sobre se deve ou não estar atento a ele, a crítica tem uma perspectiva mais vasta que situa determinada obra e autor dentro da sua expressão artística ou da cultura como um todo. A abrangência deste género verifica-se, por exemplo, na crítica a exposições, que comportam um conjunto de obras em detrimento de um trabalho singular.

De acordo com Markina, a crítica elabora-se a partir do seguinte esquema: introdução, descrição e análise, avaliação e conclusão. Em primeiro lugar, o crítico introduz o objecto de análise e o motivo que o torna material de crítica. Depois, avança para a descrição, “um ponto de partida em que todos concordamos” (McLeese, 2011), para resumir os aspectos principais da obra que permitem ao público conhecê-la e compreendê-la melhor; é aqui que o crítico deve abordar o contexto em que a obra se insere e a forma como se situa no todo da disciplina e na cultura em geral. Se a descrição evidencia o que está perante a audiência, a interpretação deve explicar a presença de certos elementos na obra em causa e ajudar a construir os argumentos que, em última instância, levarão à avaliação e permitirão perceber não só se “o trabalho é bom ou mau, mas o porquê de o crítico acreditar que assim seja” (McLeese, 2011). A avaliação sustenta o juízo sobre o trabalho em questão e é sempre fundamentada, seguindo-se da conclusão, que condensa a informação das metas anteriores para emitir uma opinião final.

3.5. A mercantilização da cultura

A secção 1 do artigo 27 da Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948) dita que “toda a pessoa tem o direito de tomar parte livremente na vida cultural da comunidade, de fruir as artes e de participar no progresso científico e nos benefícios que destes resultem”. Ao longo dos anos, a diluição das fronteiras entre a alta e a baixa cultura e a massificação do acesso aos bens e produtos culturais deram origem a um “público bem informado e requintado que leva uma vida cultural activa” (Piza, 2009). Hoje em dia, o cidadão comum pode aceder da mesma forma a uma ópera, a um concerto de jazz, a uma peça de teatro, a um documentário ou uma exposição de arte contemporânea. Nesse sentido, as actividades culturais assumem uma nova relevância como “motor de coesão social, reforçando a identidade e o sentido de pertença nas pessoas” (Nunes, 2012: 27). Se é verdade que o contacto alargado do público com os vários sectores artísticos veio estender o exercício da função reflexiva e crítica da cultura, por outro lado gerou um crescente questionamento sobre o “carácter mercantilista da produção e consumo de grande parte dos produtos culturais” (Sousa, 2006: 71).

A mercantilização da cultura designa a produção e o comércio dos bens culturais (CDs, filmes, livros, concertos, exposições) à semelhança de qualquer outra mercadoria e tem-se tornado uma prática comum à medida que o consumo cultural se transforma no arquétipo da sociedade. A crescente influência das indústrias culturais tem “merecido críticas de alguns sectores, que alegadamente dizem que isso constrange a iniciativa, a inovação e a criatividade” (Sousa, 2006: 80). Além disso, a expansão da cultura é problematizada como motor da sua vulgarização, isto é, questiona-se se terá impacto num eventual decréscimo da exigência dos padrões culturais. Num mundo em que toda a cultura está ao alcance de todos, até que ponto é sacrificada a sua função criativa e crítica em detrimento do apelo estético e comercial às massas?

Há, no entanto, quem se oponha a esta perspectiva, defendendo que “a mercantilização dos produtos culturais e simbólicos apenas gera progresso e riqueza (para os artistas e os intermediários), em nada condicionando a criatividade” (Sousa, 2006: 80), ou seja, estabelece-se a cultura como um negócio cujo carácter económico lhe permite desenvolver-se e chegar a um público ainda mais amplo, aliando a qualidade à divulgação através da sua expansão.

A segmentação da sociedade e a predominância das culturas de nicho implicam a “individualização e personificação da comunicação” (Sousa, 2006: 72) no jornalismo cultural. A abundância de produtos e actividades culturais, assim como o grande fluxo de informação existente, torna cada vez mais essencial a capacidade de selecção e reflexão do jornalista cultural, pois este tem “uma forte influência sobre os cambiantes culturais e a produção, reprodução e transformação desses cambiantes” (Sousa, 2006: 71).

Os meios de comunicação social têm, portanto, a função de mediar os bens culturais que chegam ao público, já que a missão dos agentes culturais é fazer chegar aos jornalistas o máximo de informação que conseguem sobre o maior número de produtos e actividades culturais. Devem, por isso, ter um papel vigilante que lhes permita ter a perspicácia necessária para orientar o público em direcção a um consumo cultural mais estimulante e analítico para que este perceba a totalidade da dimensão estética e funcional de determinada obra ou actividade cultural.

3.6. O impacto da Internet no jornalismo cultural

A proliferação da Internet e a digitalização dos media veio transformar por completo o paradigma cultural e artístico e, conseqüentemente, criou novos desafios para o jornalismo cultural. À semelhança do jornalismo em geral, as publicações culturais tiveram que se adaptar rapidamente à linguagem do on-line, caracterizada por uma forte componente instantânea e multimédia, sem descurar a produção noticiosa apurada sobre o conjunto de significados de determinada peça ou autor. Tiveram, portanto, de começar a “trabalhar em diferentes tipos de plataformas, interagir com os leitores, desenvolver os seus conhecimentos de redes sociais e criar a sua marca” (Jokelainen, 2014: 5).

Por outro lado, as indústrias culturais aperceberam-se da existência das novas ferramentas e começaram, elas próprias, a trabalhar a comunicação dos seus produtos e bens culturais, dando origem a “um produto informativo híbrido que combina entretenimento, produto cultural virado para o consumo e lazer, e jornalismo” (Santos Silva, 2011: 57). Além disso, a Internet propiciou o aparecimento dos blogues e de redes sociais como o Facebook, o Twitter e o Youtube, multiplicando-se a disseminação da informação sobre os artistas e as obras e alargando-se a sua discussão a diversas plataformas e, conseqüentemente, “havendo menos necessidade de [recorrer] a jornalistas especializados” (Jokelainen, 2014: 45). Esta realidade deve-se ao carácter curto e imediato dos conteúdos da Internet, “muitas vezes respectivos à agenda diária e em grande parte retirados directamente dos comunicados de imprensa” (Jokelainen, 2014: 45), que contrasta nitidamente com a intenção interpretativa e crítica por que se rege o jornalismo cultural.

O mundo digital pôs em causa a autoridade da voz do crítico e a riqueza do leque extensivo de conhecimentos que possui sobre uma determinada área. Na Internet, toda a gente tem uma opinião a dar e as secções de comentários e os fóruns fazem com que qualquer opinião possa ser contestada. No entanto, a leveza e a rapidez das opiniões da Internet contrastam com a perspectiva documentada e abrangente do crítico, já que “escrever uma crítica requer uma compreensão mais aprofundada da forma de arte [a que diz respeito] e implica muito mais tempo” (Jokelainen, 2014: 45).

A grande missão do jornalismo cultural é tirar partido da visão alargada e da experiência do jornalista especializado e do crítico no sentido de procurar um ângulo

particular e um estilo marcante que distinga os seus trabalhos da miscelânea de informações veiculadas através dos meios híbridos não tradicionais.

A mudança desencadeada pela Internet, aliada à crise económica que tem tomado conta da profissão nos últimos anos, reflecte a necessidade de pensar numa reestruturação para o jornalismo cultural, já que “a discussão cultural, se é que lhe podemos chamar assim, está cada vez mais a desaparecer” (Lacayo, 2010). Compete, então, aos meios de comunicação encontrar um equilíbrio entre a necessidade da informação instantânea, curta e incisiva e a qualidade da selecção, interpretação e documentação que deverão caracterizar as estórias, utilizando “métodos de distribuição revolucionários que tiram partido não só dos meios tradicionais, mas de novos mercados baseados na Internet e nas novas tecnologias” (Green, 2010).

4. Jornalismo cultural em Portugal

O jornalismo cultural começou a dar os primeiros passos no nosso país durante o século XVIII, com o aparecimento das primeiras publicações culturais, como é o caso da *Gazeta Literária* ou *Notícias Exactas dos Principais Escritos Modernos*, o primeiro periódico literário editado em 1761. Este foi apenas “o início do movimento de revistas literárias, símbolos de movimentos artísticos e literários, fundadas por escritores e artistas” (Santos Silva, 2009: 133), que viria a estabelecer as bases para a fundação da cultura como uma disciplina jornalística. No fundo, definiu-se a cultura como objecto passível de ser interpretado, analisado e investigado, além de ser fonte de lazer e entretenimento. Apesar da sua crescente exploração ao longo dos anos, o jornalismo cultural português ainda está longe de ser encarado como um componente essencial à compreensão do mundo em que vivemos na mesma medida em que o são outros campos do conhecimento jornalístico como a política, a economia e a sociedade. Há, inclusive, “uma falta de dados e estudos sobre o tema, uma vez que esta especialização tem curta vida no nosso país e pela dificuldade de definição de jornalismo cultural” (Santos Silva, 2009: 133).

O desenvolvimento do jornalismo cultural em Portugal está intrinsecamente ligado ao aparecimento de novas tendências literárias e artísticas. A revista *Orpheu* é um dos maiores expoentes desta realidade, pois com apenas dois números editados em 1915, esta publicação introduziu o modernismo nas letras e artes portuguesas, contando

com a participação de nomes de peso de ambas as áreas, como Fernando Pessoa, Mário de Sá-Carneiro, Almada Negreiros ou Santa-Rita Pintor. Por sua vez, a *Seara Nova*, publicada pela primeira vez em 1921, tinha um carácter manifestamente combativo perante o regime salazarista, mas era também composta por intelectuais da época como os escritores Raul Proença, Raul Brandão e Aquilino Ribeiro. Também as revistas *Athena* (1924-1925) e *Presença: Folha de Arte e Crítica* (1927-1940) constituíram um importante meio da informação cultural do século XX, pois dedicaram várias páginas às artes plásticas e a nomes como Almada Negreiros, Mily Possoz, Maria Helena Vieira da Silva e Diogo de Macedo. Em *Tendências do Jornalismo Cultural em Portugal*, Dora Santos Silva defende que a *Revista Flama* (1937-1976) e o *Semanário Se7e* (1977-1994) foram “dois media culturais que ficaram na história” – a primeira, porque se centrou pela primeira vez na entrevista de figuras do mundo do espectáculo, fazendo capa com estes protagonistas e a segunda, porque seguiu de perto o movimento da música portuguesa dos anos 1980.

Apesar de ter conseguido abrir caminho nos meios de comunicação social, tendo lugar ao lado das demais editoriais nos diários e semanários portugueses e dando origem a diversos suplementos e revistas, o jornalismo cultural continua a não ter tanta visibilidade como em países como os Estados Unidos, Reino Unido, Espanha e Brasil. Em Portugal, a cobertura da cultura é feita de duas perspectivas: de um lado, ficam as artes performativas e plásticas, como o cinema, a música, a dança, o teatro, a literatura, a pintura, a escultura, a fotografia, o design e a arquitectura e, do outro, a “cultura essencialmente urbana” (Santos Silva, 2009: 133), que designa a moda, o lifestyle e a gastronomia.

Tal como no cenário geral do jornalismo cultural, em Portugal esta área continua ainda muito dependente da agenda e presa às informações veiculadas pelas instituições e pelas indústrias criativas. Nesse sentido, “o jornalismo cultural é confundido com jornalismo de divulgação” (Santos Silva, 2009: 134), uma vez que se limita a passar informação pura e superficial sobre o evento ou actividade cultural em questão sem se preocupar com o seu dever de análise e crítica ao mesmo. Esta realidade reflecte-se no surgimento de novos formatos como os roteiros, as listas e os guias, que estão cada vez mais a ganhar espaço no jornalismo cultural e “focalizam-se na agenda de eventos e na divulgação das novidades da produção artístico-cultural” (Santos Silva, 2009: 100). No fundo, dão a conhecer ao público um conjunto de eventos ou locais respectivos às

diversas áreas artísticas, quer seja um apanhado das próximas exposições a decorrer em Lisboa ([Time Out](#)), um guia pelo essencial a visitar no Sri Lanka ([Observador](#)) ou as melhores séries e filmes novos para ver durante o Black History Month ([The Guardian](#)).

Este jornalismo, mais ligado ao lazer e ao entretenimento dos tempos livres, deixa pouco espaço para “uma visão antropológica da cultura, que abarque cultura de elite e cultura de massas de uma forma neutra e que trate de grandes temas sociais, políticos e económicos importantes, a partir de uma abordagem cultural” (Santos Silva, 2009: 133). Assim sendo, é dada mais relevância ao resultado final dos produtos e eventos culturais em detrimento do seu background e, consequentemente, temas tão importantes como a política e a economia culturais são relegados para segundo plano.

A definição de cultura tem-se expandido continuamente, contrariando a abordagem inicial, que incidia apenas sobre “literatura, teatro, artes plásticas e música erudita” (Santos Silva, 2009: 99). Aos poucos, foram sendo incluídos o cinema, a música popular, o design, a arquitectura, a fotografia, a moda, a televisão e a gastronomia, dissolvendo-se assim a noção de uma cultura elitista em favor de uma visão mais ampla de todas as expressões artísticas e culturais.

Em Portugal, à semelhança do que acontece no jornalismo cultural em geral, a música e o cinema são os grandes blockbusters da editoria, sendo por norma aqueles que suscitam maior produção e melhor receptividade junto do público. Isto deve-se ao carácter massivo destes produtos, que envolve uma “máquina de marketing que está por trás destes dois sectores: grandes produtoras cinematográficas e discográficas que alimentam celebridades, implicam estratégias de comunicação e divulgação muito eficazes, e, logo, muito poder” (Santos Silva, 2009: 98).

Há um leque diversificado de abordagens nas diferentes publicações culturais de acordo com a sua natureza. Nos diários, a cultura tende a ser endereçada a um público mais generalizado, que lê sobre esta área em específico, embora não o faça exclusivamente. Os suplementos especializados já são indicados para um público mais instruído que procura informar-se especialmente sobre uma cultura mais erudita e menos comercial. Por outro lado, as revistas apresentam “temas da cultura urbana, incluindo viagens, gastronomia, design, sinopses de filmes, exposições e concertos, bem como as agendas de eventos e a programação televisiva” (Santos Silva, 2009: 97).

A par do jornalismo tradicional, e como constatado anteriormente, a Internet veio revolucionar a produção de conteúdos culturais, transpondo-a para os cidadãos comuns,

nomeadamente através do aparecimento dos blogues e do surgimento de projectos dirigidos a segmentos específicos do público como as revistas Egoísta, Parq e DIF, os sites noticiosos Shifter, Espalha-Factos e Máquina de Escrever ou, mais recentemente, páginas de divulgação da cultura na Internet como a Comunidade Cultura e Arte.

4.1. As artes visuais na imprensa portuguesa

Para perceber a dimensão da presença das artes visuais nos meios de comunicação social portugueses, importa olhar para o panorama geral da cobertura da cultura. O *Público*, que será objecto de uma análise detalhada mais à frente, dedica espaço à cultura diariamente com várias páginas no impresso e semanalmente através do suplemento *Ípsilon*, publicado às sextas-feiras e que veio em 2007 substituir os suplementos *Y* e *Mil Folhas*. O *P2*, que existiu em formato diário entre 2007 e 2009 e regressou semanalmente em Outubro de 2016, não sendo um suplemento cultural, pode ter conteúdos culturais, como a agenda cultural e a programação de televisão. No que diz respeito ao on-line, o *Público* tem uma secção de Cultura que se divide em Música, Cinema, Teatro, Dança, Livros, Artes, Arquitectura, Design e TV e, além dos conteúdos transpostos na íntegra do papel para o site, são produzidos artigos próprios para o digital.

No *Jornal de Notícias*, a cultura tem lugar na secção Artes/Etc, que inclui uma primeira parte, o Etc, onde é destacado um tema que pode ser de qualquer área, do cinema à gastronomia e da música ao lifestyle, sendo em grande parte orientado por uma perspectiva de lazer e entretenimento. Há uma distribuição das artes pelo espaço restante da secção, que tem ainda o separador Pessoas. O *JN* on-line inclui o separador Artes/Etc, mas os seus conteúdos não estão divididos de acordo com a arte e diferem completamente do impresso, sendo normalmente artigos curtos e incisivos sobre os mais variados temas. O *Diário de Notícias*, que tal como o *JN* pertence ao Global Media Group, também consagra uma secção de Artes no diário, mas sob uma perspectiva mais aprofundada e reflexiva própria do seu perfil de jornal de referência e cobrindo a cultura em todo o espectro dos seus temas. No on-line, o *DN* inclui a produção cultural feita para o papel e produção própria. Nos destaques do início da página, não se delimitam as diferentes áreas culturais, mas antes existe um antetítulo em todos os artigos que permite classificá-los e, mais abaixo, existem as etiquetas Cinema, Música, Exposições,

Livros, Palcos e Património. Aos domingos, a *Notícias Magazine* é publicada com os dois jornais e, apesar de não ser uma revista meramente cultural, pode incluir pontualmente conteúdos deste foro, por exemplo, com histórias relacionadas com personalidades da área ou artigos sobre moda, gastronomia e design.

O semanário *Expresso* não tem secção própria de Cultura e explora-a sobretudo através da *Revista E*, que sai aos sábados junto com o jornal e é uma publicação predominantemente cultural. No on-line, a Cultura tem direito a um separador, mas no interior não há divisão entre as artes e é publicada uma mescla de artigos do impresso e artigos criados para o site, embora este não seja actualizado com muita frequência.

Os jornais *i* e *Sol* também fazem cobertura da Cultura, sendo que o *Sol* tem uma revista de cultura, a *B.I.*, enquanto que o *i* mantém uma presença consistente da editoria no papel, com várias entrevistas e artigos densos. No on-line, o *i* cinge-se a artigos curtos e imediatos muito pontualmente. Pelo contrário, o semanário *Sol* não só inclui a cultura no on-line como tira proveito dele incluindo artigos do papel e produzindo outros conteúdos para o site.

As revistas semanais *Sábado* e *Visão* também consagram a cultura nas suas páginas, nas editoriais Artes e Cultura, respectivamente, e podem abordar qualquer área ou personalidade criativa, limitando-se a um par de temas por edição. A *Visão* inclui o suplemento *Se7e*, que explora uma cultura mais urbana e mistura as artes cénicas e performativas com gastronomia, moda e viagens. A *Sábado* tem o suplemento *GPS*, que segue esta abordagem ligada ao lazer e ao lifestyle sem excluir as artes tradicionais.

Para verificar a existência da cobertura das artes visuais na imprensa portuguesa, define-se que, no contexto deste trabalho, este conceito abarca a pintura, a escultura, o design, a fotografia, a arquitectura, a instalação, a arte contemporânea e a arte urbana, no fundo, designa de forma ampla toda a actividade que recorre à visão para avaliação e compreensão de uma obra de arte e opõe-se às artes performativas no sentido em que estas são efémeras e recorrem a um palco e ao movimento para se apresentarem.

O *Público* faz uma cobertura extensiva das artes visuais em relação aos restantes media portugueses, em parte porque procura dirigir-se a um leitor mais instruído e letrado e, consecutivamente, mais interessado nas artes superiores, e por outro lado, porque a sua alargada cobertura da cultura lhe dá mais espaço de manobra, tanto no diário como no suplemento, para acompanhar as tendências artísticas, os artistas reconhecidos, os artistas emergentes e as actividades e eventos culturais de igual modo.

O *Diário de Notícias* é o único jornal que se poderá comparar ao *Público* no sentido em que tenta fazer uma selecção vasta das artes visuais indicada para um público mais letrado, acompanhando a actualidade artística e os seus protagonistas e expandindo-se, de vez em quando, para estórias fora da agenda. Apesar disso, o espaço que cobre a cultura é menor que no *Público* e fica, muitas vezes, dedicado às áreas blockbuster da área como a música e o cinema. O *Expresso* também segue esta linha que procura conciliar a cobertura de exposições e inaugurações com a abordagem da obra de artistas reconhecidos e estreantes, embora também destaque as artes cénicas.

O *Jornal de Notícias*, o *i* e o *Sol* têm uma visão mais popular da cultura e por isso tendem a focar-se no circuito comercial das artes visuais, isto é, dedicam-se maioritariamente à cobertura de conhecidos artistas de cada área, sejam eles Van Gogh, Miguel Ângelo, Banksy ou Dalí. Por outro lado, dão prioridade a notícias sobre reconhecidos nomes portugueses como Paula Rego, Amadeo de Souza-Cardoso, José Malhoa ou Álvaro Siza Vieira, e destacam os feitos portugueses no estrangeiro, como por exemplo, a presença de Joana Vasconcelos na Bienal de Veneza.

A *Visão* e a *Sábado*, sendo revistas semanais de informação generalista, naturalmente não disponibilizam muito espaço para a cultura nas suas páginas, mas tentam ir de encontro aos destaques da agenda da semana. Por outro lado, usam os seus suplementos para explorar mais a fundo as artes, mas contrariamente ao que acontece nos jornais, fazem-no numa perspectiva de utilidade e orientação ao leitor; querem ser um guia quanto às exposições que este poderá ver e aos artistas que poderá apreciar.

5. O caso do *Público*

O jornalismo cultural português ainda não assume uma relevância comparável a outras áreas jornalísticas como a economia e a política, limitando-se na maior parte dos casos a um par de páginas no final dos jornais e sendo apenas chamado à capa em casos muito particulares, geralmente quando morre uma determinada figura ilustre. O *Público* é uma excepção em relação aos outros jornais, uma vez que faz uma cobertura mais completa de todas as áreas culturais, dedicando-lhe várias páginas no caderno diário e no suplemento *Ípsilon*. Foi nesta secção que se realizou o estágio compreendido neste relatório, entre 1 de Junho e 31 de Agosto de 2016. Antes de proceder à análise dos

respectivos três meses, importa compreender como é que tudo se processa nesta editoria.

5.1. Organização e funcionamento

A secção de cultura do *Público* é composta por jornalistas que se encontram divididos pelas redacções em Lisboa e no Porto e que escrevem simultaneamente para o diário e para o suplemento *Ípsilon*. Na redacção de Lisboa, estão cinco jornalistas, o editor do *Ípsilon* e uma editora de cultura. No Porto, estão dois jornalistas e a outra editora de cultura. Apesar de cada um destes jornalistas se dedicar a escrever sobre uma área cultural em específico, existem também colaboradores que contribuem frequentemente para o jornal com base na sua especialização num determinado tema, embora na maior parte dos casos não estejam fisicamente na redacção.

O dia da secção começa com a reunião da manhã e conta com a participação de uma das editoras da cultura alternadamente, de acordo com os horários que estão a efectuar – uma das editoras estrutura a edição para o dia, enquanto que a outra faz o fecho – para discutir os temas e os serviços do dia em vídeo-conferência com o Porto. O editor do *Ípsilon* não participa na reunião diária e, ao contrário do que já aconteceu, actualmente não existe uma reunião do suplemento. Não há uma reunião semanal da cultura, mas a secção junta-se quando assim se justifica. Assim que chegam, os jornalistas olham para os jornais nacionais e internacionais para verificar se existe alguma notícia relevante que deva ir para o on-line e, no caso de não haver, prosseguem ou com trabalhos para o dia ou com trabalhos a prazo que tenham pendentes.

Os artigos publicados na edição de papel do dia começam a ser publicados ao início da manhã no site Cultura-Ípsilon, que aglomera os conteúdos do diário e do suplemento, e geralmente são colocados on-line pelas editoras ou pelos jornalistas da secção. Existem, também, conteúdos exclusivos ao digital que podem ser produzidos por jornalistas da cultura ou do on-line. Os trabalhos do *Ípsilon* começam a ser publicados normalmente à quarta-feira em antecipação à sua publicação no papel na sexta-feira, dia em que regra geral já estão todos no site.

O *Público* está presente em redes sociais como o Facebook, o Twitter e o Instagram e o *Ípsilon* encontra-se no Facebook. Os trabalhos da cultura são difundidos através das contas gerais do jornal, geridas pela equipa de redes sociais. Por outro lado,

o Facebook do *Ípsilon* é monitorizado à vez pelas editoras da cultura e pelo editor do *Ípsilon*. Em ambos os casos, são feitas ligações para os conteúdos que saíram originalmente no papel do diário e do suplemento e para os artigos escritos para o on-line.

Na edição de papel, as notícias da secção aparecem debaixo do cabeçalho “Cultura”. Em primeiro lugar, existe a abertura, que atribui destaque a um tema que pode ser de qualquer uma das expressões artísticas consagradas no espectro da cultura. As restantes páginas são compostas por notícias de menor tamanho, breves e críticas pontuais sobre artes performativas ou artes plásticas. Ocasionalmente, aparecem textos de opinião relativos, na maior parte das vezes, a questões de política cultural, como é o caso do acordo ortográfico ou do processo que envolveu trazer os quadros de Miró para Serralves. Os textos vão normalmente assinados, a não ser que tenham sido elaborados com base num comunicado de imprensa ou num telex de uma agência noticiosa.

O *Ípsilon* distingue-se por artigos muito mais densos e aprofundados que ocupam entre duas a quatro páginas. A crítica tem um espaço bastante maior no suplemento, ocupando várias páginas e versando sobre as diferentes artes. O discurso ainda mais especializado, analítico e interpretativo do *Ípsilon* faz com que seja, em grande parte, assegurado pelos colaboradores externos, mas os textos são sempre assinados, à excepção do “Flash”, as páginas iniciais do suplemento que contêm notícias curtas e às vezes não são assinadas. O tema de capa traduz-se geralmente numa grande entrevista ou reportagem a propósito de um acontecimento cultural ou do lançamento de um produto cultural.

O *P2* sai ao domingo e, apesar de ser um suplemento que se distingue pelos conteúdos extensos sobre a actualidade nacional e internacional, também publica trabalhos sobre artes e cultura que são discutidos entre a editora do suplemento e as editoras da cultura. Actualmente, assinala-se o destaque dado à televisão na cobertura deste suplemento, pois a cada semana o leitor pode conhecer uma série ou programa novo da grelha televisiva. Assinala-se, no entanto, que dado que o suplemento surgiu após o estágio a que este relatório diz respeito, a respectiva análise não incidirá sobre estes conteúdos.

5.2. Análise: as artes visuais no *Público*

No decorrer deste capítulo, será desconstruída a análise efectuada aos três meses correspondentes ao estágio em causa. Foi considerado para o estudo um total de 820 entradas publicadas em Junho, Julho e Agosto no site do *Público*. A decisão de ancorar a análise apenas no on-line em detrimento do papel teve por base, por um lado, o acontecimento do Euro 2016, cujo destaque nas páginas de desporto poderia condicionar o espaço da cultura durante este período – e, naturalmente, a cobertura das artes visuais – e, por outro, a ideia de que a época alta dos festivais de Verão pudesse também ter influência na dinâmica das artes no diário e nos suplementos. Tendo como foco o on-line, o que se pretende é uma amostra sem limitações além do próprio processo de selecção e redacção de notícias. Nesse sentido, esta investigação visa estudar o lugar que as artes visuais representam na comunicação social portuguesa, tomando como exemplo o jornal *Público*.

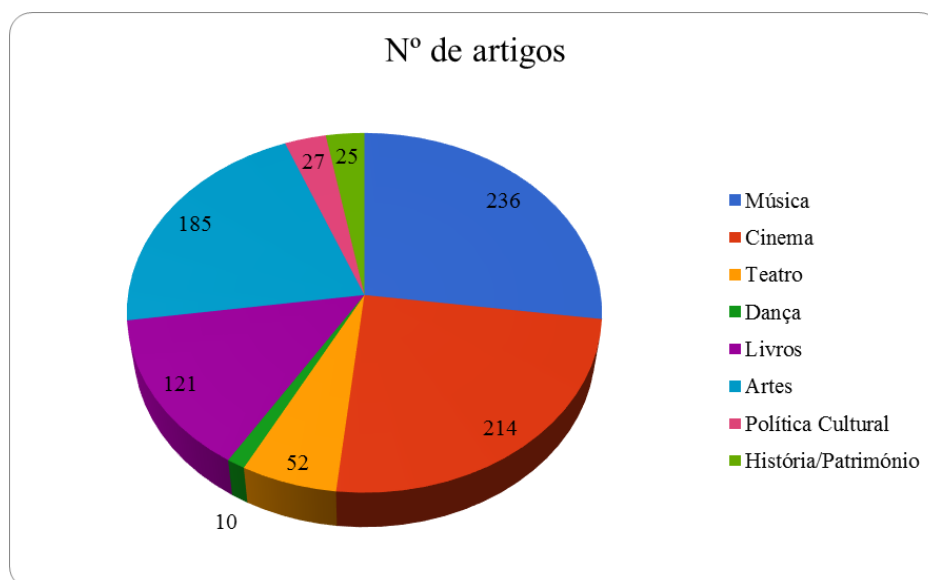
Para compreender a medida em que as artes visuais estão presentes no todo da cobertura cultural do *Público*, revela-se oportuno efectuar uma leitura geral dos gráficos utilizados na análise. Em primeiro lugar, importa ver como é que a pintura, a escultura, o design, a fotografia, arquitectura, a instalação, a arte contemporânea e a arte urbana¹ se posicionam dentro da secção em relação às restantes expressões artísticas. Após este primeiro olhar geral sobre o cenário das artes visuais, é pertinente atentar à forma como cada uma delas está representada no jornal e à sua distribuição de acordo com a localização geográfica em que se encontram. Não menos importante é perceber quais os géneros jornalísticos predominantes na editoria e o peso que têm na abordagem das artes visuais.

A primeira leitura de dados permite comprovar que, tal como constatado anteriormente, a música e o cinema são as duas grandes áreas predominantes na cobertura cultural do *Público*, representando mais de metade dos artigos publicados ao longo dos três meses. Conforme podemos verificar no Gráfico 1, estas duas expressões artísticas apresentam, respectivamente, 246 (27%) e 214 (25%) artigos que

¹ Este estudo foca-se na dimensão ocupada na cultura por artes visuais como pintura, escultura, design, fotografia e arquitectura, mas a instalação, a arte contemporânea e a arte urbana, não sendo grandes players no esquema da cobertura cultural, também são consideradas para efeitos de contagem.

correspondem a lançamentos de filmes e de discos, anúncios de programas de concertos ou de novidades relativas à produção ou à estreia de um filme e, ainda, à cobertura dos próprios eventos. Além de serem indústrias massivas que comportam um grande investimento e divulgação, a música e o cinema têm especial relevância neste período devido à preenchida agenda de festivais de Verão que determina em boa parte a agenda da própria secção. Mais do que obedecer à programação dos festivais, o *Público* acompanha um leque variado de eventos, dos mais conhecidos como o NOS Primavera Sound ou o NOS Alive ao Jazz em Agosto e ao Músicas do Mundo. No caso do cinema, é realizada uma extensiva cobertura de festivais como o Curtas de Vila do Conde ou o Festival de Cinema de Locarno.

Gráfico 1



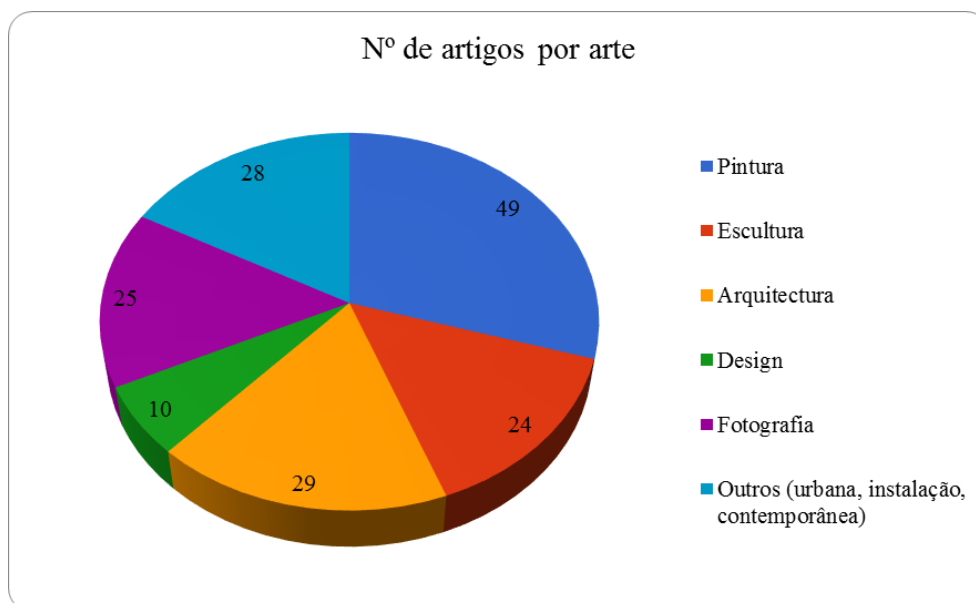
As artes visuais² situam-se imediatamente depois dos grandes blockbusters da cultura, o que vem dar força à ideia de que, comparativamente aos restantes media portugueses, o *Público* realiza uma cobertura adequada desta área, contabilizando-se 185 entradas ao longo dos três meses, 21% do total de artigos publicados. O razoável posicionamento das artes plásticas relaciona-se, por um lado, com o alinhamento

² Para efeitos de contagem de artigos, foi utilizada uma legendagem conjunta das artes visuais que inclui “artes”, “design” e “arquitectura”, que no site estão separadas; foram também incluídas a “política cultural” e a “história/património”, que não figuram, de momento, no cabeçalho da secção.

editorial do jornal, orientado para uma audiência letrada e interessada pelas chamadas artes eruditas, e por outro com a possibilidade de vocacionar o on-line do jornal para esses leitores, já que ao contrário do papel, não existem limitações de espaço. A cobertura das artes visuais abrange a inauguração de exposições que consagram obras de artistas reconhecidos ou em ascensão, novidades relativas à história de uma obra ou ao curso que segue na esfera privada e pública (compras e leilões, por exemplo), descobertas sobre a vida e obra de um criador reconhecido do panorama artístico, prêmios ou comemorações e acontecimentos que envolvem instituições directamente relacionadas com as artes.

Os livros também assumem um lugar confortável no todo cultural, estando surpreendentemente bem posicionados com 121 artigos (14%) que dizem respeito a novos lançamentos, entrevistas a autores a propósito das suas obras, à cobertura de grandes eventos literários como a Feira Internacional do Livro de Paraty (FLIP) ou, mesmo, à rubrica “América Pelos Livros”, uma viagem pela literatura norte-americana que antecipou as presidenciais de Novembro de 2016. As restantes áreas artísticas apresentam números substancialmente inferiores, sendo o teatro aquela que melhor se faz representar com uma presença mais sólida (52 artigos) comparativamente à política cultural (27 artigos), à dança (27 artigos) e à história/património (10 artigos).

Gráfico 2



Olhando para o trabalho desenvolvido nas artes visuais, verificamos que é a pintura que contabiliza um maior número de entradas (49 artigos, 30% do total) ao longo dos três meses, sendo que a sua cobertura assenta em nomes universalmente prestigiados e respeitados do meio artístico, como é o caso de Van Gogh, Monet ou Leonardo da Vinci, no acompanhamento de grandes eventos como a exposição dos 500 anos da morte de Bosch no Museu do Prado, em Madrid, o processo que culminou na exposição dos Mirós pertencentes ao estado português no Museu de Serralves ou a campanha desenvolvida pelo Museu Nacional de Arte Antiga para assegurar o quadro “Adoração dos Magos”, de Domingos Sequeira, na inauguração de exposições de museus nacionais e internacionais ou na informação relativa a galardões atribuídos a artistas portugueses tanto em Portugal como no estrangeiro.

O Gráfico 2 permite conferir que a arquitectura é a segunda arte mais noticiada no *Público*, mas os seus 29 artigos já mostram uma diferença significativa em relação à pintura – que poderá dever-se, simplesmente, ao facto de este ter sido um período fértil em novidades relativas a esta expressão artística. A cobertura da arquitectura inclui a entrega de prémios, a política da profissão (nomeadamente, medidas da Ordem dos Arquitectos), a reportagem em eventos como o Open House Lisboa e Porto, o acompanhamento do trabalho de nomes nacionais e internacionais da área ou a inauguração de edifícios ou instituições como o Museu de Arte, Arquitectura e Tecnologia. A consistente abordagem da área não é inteiramente inesperada, já que Portugal tem uma consolidada escola de arquitectura e dois prémios Pritzker, Álvaro Siza Vieira e Eduardo Souto de Moura.

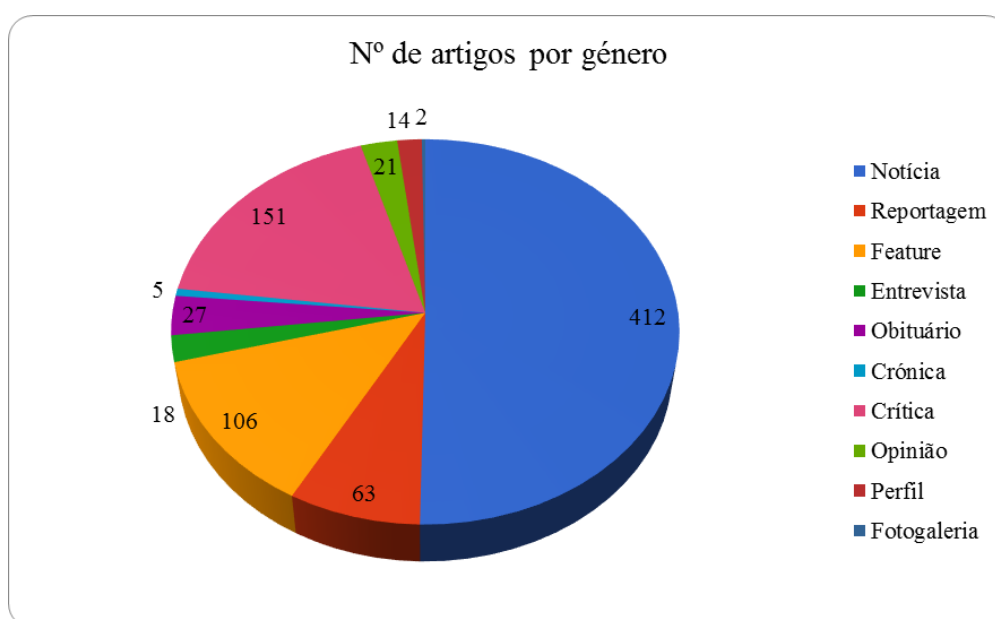
A categoria “outros”, que engloba a arte urbana, a instalação e a arte contemporânea, ocupa o terceiro lugar do gráfico com 28 entradas, sendo que a primeira destaca apenas pontualmente reputados nomes da área como Banksy e Vhils em detrimento de um acompanhamento regular, ao passo que as outras são seguidas mais proximamente, nomeadamente na sua presença em instituições como Serralves, a Fundação Calouste Gulbenkian ou o Museu Nacional de Arte Contemporânea ou a inauguração de obras como a instalação de Christo sobre o Lago Iseo, em Itália.

Em pé de igualdade estão a fotografia e a escultura, com 25 e 24 artigos respectivamente. Face ao panorama geral, a fotografia está elevada a um bom patamar, assentando a sua cobertura, sobretudo, em exposições e prémios nacionais e internacionais da área. A escultura, por seu turno, é noticiada nos mesmos trâmites da

pintura, destacando-se a notoriedade de artistas clássicos ou contemporâneos como Miguel Ângelo ou Julião Sarmento, a inauguração de exposições respectivas às suas obras ou o factor novidade relativo ao passado ou futuro das suas criações.

O design está parcamente representado, com apenas 10 artigos (6%) do total, posicionando-se num nível bastante inferior às demais artes, o que poderá reflectir o reduzido destaque da própria indústria criativa no nosso país (sem grandes nomes na memória, ao contrário de outras artes), sendo apenas noticiadas exposições pontuais e a inauguração, por exemplo, da Casa de Design de Matosinhos.

Gráfico 3



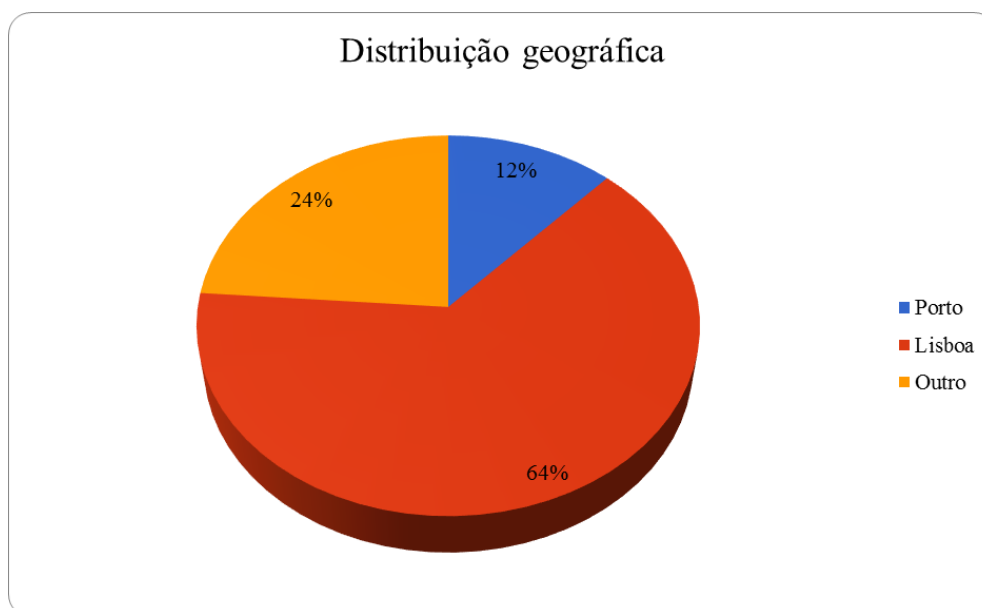
No que diz respeito à distribuição dos artigos por géneros noticiosos, verificamos no Gráfico 3 que a notícia representa metade do total de entradas correspondentes a Junho, Julho e Agosto, seguida pela crítica, que com 151 artigos equivalentes a 18% do total, se afirma como uma das pedras basilares do jornalismo cultural do *Público*, ainda que apresente uma margem bastante inferior em relação à notícia. A predominância da música e do cinema na secção de cultura também se estende à crítica, chegando a ser publicadas várias críticas de cinema por dia às quintas-feiras, o dia das estreias. Pelo contrário, as críticas de artes visuais são bastante mais esparsas e tendem a focar-se na pintura e na escultura e, pontualmente, na arte contemporânea. A diminuta presença deste género nas artes poderá estar relacionada com a existência de apenas uma crítica

de artes que escreve regularmente, Luísa Soares de Oliveira, e da pontual colaboração de Nuno Crespo e José Marmeleira. O feature, género que alia as características da reportagem à notícia e procura ultrapassar a dimensão puramente factual e incisiva desta última, está bem presente no *Público* com 106 artigos, uma vez que é frequente que as estórias sobre uma peça de teatro, um concerto ou uma exposição sejam apresentadas com uma descrição de ambiente e um pano de fundo que se fundem com os factos.

Por sua vez, a reportagem ganha destaque naquela que é a época alta dos festivais de música, cinema e artes ou de inaugurações de grandes mostras e exposições. Apesar de contabilizar apenas 63 artigos – 8% do total -, este género desdobra-se numa diversificada e frequente cobertura no terreno, chegando o jornal a seguir um determinado evento ao longo de vários dias e tomando este conta da agenda da editoria.

O obituário aparece representado em 27 entradas, número que vem afirmar a sua singular presença na cobertura cultural, pois além de noticiar a morte de ilustres figuras das diferentes expressões artísticas, passa geralmente em retrospectiva a vida e obra destes criadores e pode incluir depoimentos de amigos, familiares ou colegas de profissão. Entre os géneros noticiosos com menos relevância estão a opinião (que na cultura se faz primordialmente de temas-chave como o acordo ortográfico), a entrevista (apenas utilizada de vez em quando a propósito de algum produto ou evento cultural que o justifique, como é o caso da entrevista a Castro Mendes a propósito dos Mirós em Serralves ou a entrevista a Penelope Curtis, nova directora da Gulbenkian), o perfil (a par da entrevista, especialmente usado nos artigos sobre livros) e a crónica. No espaço de análise compreendido no site do jornal, apenas há duas fotogalerias, o que reflecte que a cultura não é uma editoria em que se tire particular partido das ferramentas multimédia.

Gráfico 4



É importante atentar também à distribuição geográfica das entradas relativas às artes visuais publicadas neste período. No processo de contagem de artigos consoante a localização geográfica, foram considerados aqueles que são claramente sobre um acontecimento ou produto cultural inseridos especificamente no contexto de uma cidade, como por exemplo um concerto no Coliseu do Porto ou uma exposição no Museu do Chiado. A primeira conclusão a que se pode chegar olhando para o Gráfico 4 não é exactamente imprevisível, já que mais de metade dos artigos se referem a Lisboa (27 entradas, 68% do total). Em parte, isto pode justificar-se com a alargada cobertura de uma grande rede de museus da capital, tais como a Fundação Calouste Gulbenkian, o Museu Nacional de Arte Antiga, o Museu Nacional de Arte Contemporânea, o Museu Nacional do Azulejo, o Museu Nacional dos Coches, o Museu do Design e da Moda, entre tantos outros que são frequentemente noticiados no *Público*, que contudo se distingue por um acompanhamento mais regular de instituições com maior relevância no panorama artístico e cultural, como a Gulbenkian e o Museu Nacional de Arte Antiga. Para além da extensa oferta cultural da capital, também a existência de quatro jornalistas na redacção de Lisboa que estão dedicados, cada um, a temáticas como arte antiga, arte contemporânea e arquitectura, design e fotografia favorece o destaque da cidade de Lisboa nos trabalhos realizados.

O Porto, sendo a segunda maior cidade do país, é também a segunda mais presente na cultura do *Público*, apesar de ter menos de metade do número de entradas de Lisboa (8 artigos). Se, por um lado, é casa do maior museu de arte contemporânea nacional, de dois prémios Pritzker e do recém-inaugurado Terminal de Cruzeiros de Leixões, que tem dado que falar no que toca a prémios de arquitectura, a verdade é que a cobertura de eventos culturais no Porto se limita às grandes exposições de Serralves, como foi o caso do ardiloso processo que envolveu os quadros de Joan Miró, ou a casos pontuais como a abertura da Casa de Design de Matosinhos e a premiação do Museu da Misericórdia do Porto. Não há uma grande diversidade de eventos ou instituições representadas, o que poderá relacionar-se com o facto de haver apenas dois jornalistas de cultura na redacção do Porto, um deles que normalmente escreve sobre arquitectura, mas ambos com a função de dar conta de todo o espectro de temas culturais relativos àquela cidade.

Sobra, ainda, um lugar de menor representação para outras cidades que não estas, não se justificando a contabilização de cada uma, mas sim uma conjunta que dá conta de 10 artigos. Ao contrário de áreas como a música, em que há uma variada abordagem de concertos de norte a sul do país, as artes visuais são reportadas esporadicamente, como aconteceu com a atribuição do prémio FAD de Arquitectura ao Centro de Artes dos Açores ou a inauguração de uma exposição do Centro de Artes José de Guimarães.

É pertinente referir, ainda, que existe uma preocupação em estar a par do trabalho desenvolvido pelas instituições artísticas de renome no estrangeiro, havendo o cuidado de noticiar as exibições mais relevantes de museus como o MoMA de Nova Iorque, o Tate Britain e Modern e o Victoria & Albert de Londres, o Louvre ou o Centre Pompidou de Paris, o Museu Van Gogh, em Amesterdão ou o Museu do Prado, em Madrid.

Os resultados obtidos na análise aqui exposta permitem confirmar que, tal como havia sido sugerido anteriormente, as artes visuais têm uma representação bastante sólida no *Público*, sendo apenas ultrapassadas pela música e pelo cinema, os dois blockbusters da secção que dificilmente o deixarão de ser pelo simples facto de serem produtos de distribuição massificada que mexem com a grande máquina que é a indústria do entretenimento e que, além de implicarem planos de marketing em larga escala, se alimentam do factor celebridade. Atentando ao contexto da comunicação social portuguesa, o *Público* é provavelmente o jornal que faz a cobertura mais

completa desta área. A cobertura dos livros é também um ponto a destacar face ao cenário geral, representando uma fatia maior daquela que seria esperado e não abruptamente distante dos temas predominantes. O teatro tem alguma representação, mas a dança e a política cultural estão ainda pouco presentes na agenda da secção. A história e o património surgem muito raramente, apenas quando uma nova descoberta assim o justifica. Dentro das próprias artes visuais, surpreende a razoável cobertura da pintura em relação às restantes expressões artísticas, nomeadamente à arquitectura, uma disciplina com grande escola em Portugal. É relevante sublinhar, ainda, a sólida presença de artigos sobre fotografia que oferecem uma perspectiva consistente e completa sobre a área, ao contrário do que acontece nos restantes órgãos de comunicação social em que apenas aparece muito pontualmente.

Os gráficos permitem confirmar que a crítica é, de facto, o género jornalístico cultural por excelência, posicionando-se apenas atrás da notícia que, sendo a base do jornalismo, merece um estatuto especial no período analisado, dado o carácter imediato e fugaz do on-line que precisa de ser alimentado. Nesse sentido, mais do que apresentar os factos puros e duros, importa ao *Público* transmitir esse olhar crítico e interpretativo sobre uma determinada prática artística ou sobre as intenções de uma obra ou de um criador, embora haja apenas uma pequena parte da crítica destinada às artes visuais. Importa mencionar ainda a relevância do feature, género que se eleva pela mesma roupagem analítica a que obedece a cobertura cultural do jornal.

Verifica-se, sem surpresas, que a distribuição geográfica se concentra nas duas maiores cidades do país, Porto e Lisboa, sendo que a capital é a protagonista da maior parte das entradas relativas às artes visuais.

5.3. À conversa com os jornalistas do *Ípsilon*

A análise dos conteúdos noticiosos produzidos no on-line da cultura ao longo de três meses de estágio permitiu perceber que as artes visuais gozam de um estatuto bastante equilibrado dentro da cultura, pois mesmo não sendo o tema mais abordado têm uma presença assídua e significativa na agenda da secção. É relevante, por isso, ouvir os jornalistas responsáveis por escrever sobre as artes visuais para perceber de que forma esta cobertura tem evoluído desde o início do jornal, desconstruir as

circunstâncias que podem ajudar a explicar a maior ou menor exploração da área, o peso da agenda cultural de eventos, acontecimentos e produtos culturais em relação à dinâmica de acompanhamento sistemático de artistas e obras, a relação que as artes visuais estabelecem com os leitores do *Público*, a preparação e o método utilizados no tratamento destes temas e o potencial de crescimento que pode ou não ter.

Os temas blockbuster vs as crescentes artes visuais

A predominância da música e do cinema na cobertura da cultura é um factor que já havia sido discutido previamente na revisão de literatura e confirmado após a análise quantitativa realizada, mas é também da opinião dos jornalistas entrevistados que o carácter massificado destas duas áreas é preponderante em relação às artes visuais. “A música e o cinema tendencialmente são as áreas blockbuster da cultura; os livros também, mas a música e o cinema, pela sua natureza industrial, são artes e indústrias ligadas ao entretenimento”, opina Inês Nadais. A editora da secção refere ainda que o impacto da crise económica no jornalismo – transversal a todas as editorias do jornal e mesmo ao cenário geral da comunicação social portuguesa – tem mais repercussões nas artes visuais, uma vez que “é mais difícil desguarnecer as áreas do cinema e da música pelo tráfego que geram e pela visibilidade que têm do que desguarnecer estas áreas”.

Apesar de haver um intervalo significativo entre a abordagem dos temas blockbuster e das artes visuais, estas últimas são “um traço distintivo tanto no *Ípsilon* como no diário, embora estejam mais direccionadas para o *Ípsilon* e a arquitectura é uma coisa que aparece mais no caderno principal”, de acordo com Joana Amaral Cardoso, que escreve habitualmente sobre design. Esta disciplina é, segundo a jornalista, ainda muito jovem em Portugal e tem dificuldade em posicionar-se junto do público como, por exemplo, o faz a arquitectura. “Apesar de haver muitos profissionais a afirmar-se com qualidade, não tem o mesmo nível de massa crítica tanto na recepção quanto na produção que tem a arquitectura”, explica. Se, por um lado, a ausência de massa crítica dificulta o acompanhamento consistente do design, por outro esta é uma arte que tem vindo a aparecer mais no *Público*, “porque aparecem mais instituições ligadas ao design e à promoção do design” e porque “têm desaparecido muitas figuras fundadoras do design em Portugal”. O obituário, esse género tão simbólico da cultura,

ganha aqui nova relevância uma vez que possibilita dar a conhecer um cenário bem mais abrangente da disciplina através da vida e obra de determinadas figuras. Contudo, Joana Amaral Cardoso assinala que “continua a falhar (e mea culpa também), noticiário sobre a actividade mais quotidiana do design”, realidade essa que “não tem a ver com pessoas nem com meios internos do jornal, tem a ver ainda com a grande capacidade evolutiva da disciplina”.

A fotografia é também uma área que contrasta em grande medida com a cobertura das restantes expressões artísticas. Inês Nadais e Joana Amaral Cardoso opinam, respectivamente, que a fotografia tem “cobertura suficiente, mais do que suficiente até” e que “é uma área em que se faz muita coisa”, mas Sérgio B. Gomes, jornalista encarregue da área e editor do on-line, reconhece que a fotografia não partilha do potencial viral de outras áreas. “Acho que a fotografia não é um assunto popular e se as coisas que escrevo são das coisas mais lidas, são super populares e blockbusters – não são. Tenho pouquíssimos exemplos que possa dar ao longo dos anos que tenho escrito sobre fotografia de coisas que tiveram um alcance grande. E são pelas piores razões, quando pões um [determinado] título ou assim”, esclarece. Apesar de não ser o tema que consegue maior sucesso junto dos leitores, o interesse artístico da fotografia leva o *Público* a fazer um acompanhamento sistematizado dos trabalhos e das exposições ou inaugurações respectivas à área. À semelhança da restante cultura, a fotografia fica acoplada à agenda e, segundo Sérgio B. Gomes, o ideal seria “ter a capacidade de ver de uma forma de mais abrangente o que é que se está a fazer nas galerias, na edição de livros, mesmo no trabalho que não é mostrado”.

Face aos seus pares, a arquitectura tem um lugar distintivo na cultura do jornal, pois é uma área de excelência em Portugal, tendo sido já distinguida com dois prémios Pritzker que ajudaram a aumentar a sua visibilidade não só dentro do país como também a nível internacional. “Há muitos acontecimentos ligados à arquitectura em Portugal – há muitas conferências, há muitas visitas, há muitos workshops, há muitos laboratórios de arquitectura – portanto essa área gera notícia”, refere Inês Nadais, acrescentando que é uma disciplina que tem “muitos leitores e muito dinamismo”. Esta impressão é partilhada por Joana Amaral Cardoso. “Se eu pensar na arquitectura em termos de géneros noticiosos, desde a breve, à notícia, ao feature e à reportagem, existe tudo isso.” O trabalho desenvolvido pelo jornal nesta área tem sido consistente ao longo dos anos e já foi, inclusive, reconhecido com vários prémios, nomeadamente uma distinção da

Ordem dos Arquitectos em 2016. “Acho que somos reconhecidos como o jornal que foi acompanhando a relevância da arquitectura na sociedade portuguesa”, diz Isabel Salema, que se ocupa desta expressão artística a par de Sérgio C. Andrade no Porto. Também na qualidade de editora da cultura até ao início do ano passado, a jornalista refere a título de exemplo que o olhar sobre a arquitectura sempre foi uma prioridade, assinalando a necessidade de identificar sempre o autor de um edifício e as suas intenções nas notícias da editoria Local. “As obras têm um autor e se têm um autor nós temos que falar com o autor e ele tem que saber justificar o que fez”, remata.

O impacto da crise na cobertura das artes plásticas

De modo geral, os jornalistas entrevistados concordam que a cobertura das artes plásticas do *Público* está muito acima da média dos restantes órgãos de comunicação social portugueses, mas reconhecem que, em comparação ao trabalho feito em tempos na editoria, esta é uma área que se tem degradado devido ao processo de reestruturação de empresa que implicou a saída de algumas pessoas como Vanessa Rato, jornalista especializada em artes plásticas e com múltiplas fontes na área. “Foi uma perda significativa e isso faz com que tenhamos menos jogo de cintura para aquilo que são as coisas do dia-a-dia”, clarifica Lucinda Canelas, jornalista que escreve habitualmente sobre arte antiga. A perda na especialização estende-se à crítica, uma vez que nos primeiros anos de vida do jornal, havia um crítico de artes plásticas sentado na redacção, João Pinharanda. “Significava que quando havia algum morto da área das artes plásticas que era preciso automaticamente enterrarmos – não era tão automaticamente como é hoje, porque ainda não existia o site – o João estava cá, como estava também um crítico de jazz, como estavam muitos críticos de música”, explica Lucinda Canelas. O desaparecimento deste conhecimento alargado e qualificado sobre a disciplina reduziu a capacidade de resposta do jornal não só em situações como esta, mas sobretudo no acompanhamento da actividade quotidiana das artes plásticas, que além das exposições, tem a ver com as tendências artísticas, os artistas emergentes e os artistas estabelecidos no meio. Sérgio B. Gomes opina que “um crítico de artes plásticas é suficientemente abrangente e pode estar ocupado todos os dias da semana, 365 dias por ano”. Além disso, comparativamente ao presente, havia uma rede bastante mais extensa de correspondentes nacionais e internacionais que tornavam possível a

cobertura de um vasto leque de exposições em distintas cidades além de Porto e Lisboa. As limitações logísticas fazem com que, por exemplo no Porto, onde há instituições tão importantes como a Fundação de Serralves, haja uma cobertura esporádica em detrimento de um acompanhamento contínuo do que ali se faz. “Cobrimos de uma forma que não é a mais adequada, porque o fazemos com vindas de jornalistas e críticos de Lisboa para cobrir um acontecimento específico, mas não para cobrir a vida da instituição, os altos e baixos da instituição, como seria adequado”, nota Inês Nadais.

Apesar de ser uma área que saiu lesada pelos cortes na equipa da redacção do *Público* – que não se cinge apenas à secção da cultura –, as artes plásticas continuam a ser parte fulcral da identidade da sua linha editorial. Os critérios de selecção noticiosa aplicáveis às artes plásticas são, além daqueles que são transversais a todo o jornalismo (proximidade, notoriedade, actualidade, originalidade, interesse), o valor estético (e funcional no caso do design), o factor histórico (os grandes nomes da história de arte) e, ainda, a “capacidade para produzir um artigo com o mínimo de mais valia em relação à notícia pura e dura” apontada por Inês Nadais. A editora sublinha a incontestabilidade das grandes exposições de reconhecidas instituições como Serralves, Gulbenkian, o Museu de Arte, Arquitectura e Tecnologia ou o Museu Nacional de Arte Antiga. “É um jogo difícil entre a nossa capacidade de fazer e a nossa obrigação para fazer”, reitera.

A pintura, a escultura, o design, a fotografia e a arquitectura apresentam diferentes especificidades que determinam, desde logo, distintas necessidades de informação por parte do leitor e, por isso, merecem um tratamento que a elas se adegue. A jornalista Joana Amaral Cardoso refere que é essencial que a cobertura noticiosa se debruce sobre “a origem das ideias, as referências que existem ou não num determinado trabalho”: na arquitectura, é importante conhecer o projecto, o programa e a encomenda que motivaram a realização de uma determinada obra por um arquitecto; no design, é relevante saber se um produto é uma edição de briefing ou edição de autor e o seu valor estético e funcional; na pintura e na escultura, sobressai a ideia da inspiração por detrás de uma obra, à semelhança da fotografia, em que importa perceber o conceito de um criador e do seu trabalho. Segundo Joana Amaral Cardoso, é ainda relevante falar de “questões financeiras, porque tudo tem um custo e nem que seja para dizer que é uma oferta ou um acto de um mecenas ou um investimento de alguém”.

Todos os jornalistas entrevistados realçam a importância de oferecer, além dos factos noticiosos no sentido lato do termo, o contexto em que uma determinada obra

nasce e as questões que se colocam sobre ela e sobre o artista que a produziu, ou seja, uma perspectiva informada e crítica sobre o evento ou produto artístico em questão. Inês Nadaís relaciona esse método em particular com o perfil do público-alvo do jornal. “Diria que o leitor tradicional do *Público* não quer uma notícia pura e dura, está interessado em ter um olhar sobre aquele trabalho artístico, sobre aquela prática artística, sobre o percurso daquele artista.” É essa articulação entre o registo factual e o registo interpretativo que permite uma reflexão em profundidade, ultrapassando-se dessa forma aquilo que é imediatamente perceptível a olho nu e tornando clara a relevância de determinado artista e obra no panorama cultural.

A influência da agenda e as mudanças no panorama cultural

Todos os jornalistas entrevistados concordam que o jornalismo cultural, à semelhança das outras editoriais, é muito marcado pela agenda. “O jornal ideal seria aquele que conseguiria acompanhar a agenda, mas também ultrapassá-la e não há muitos jornais em Portugal que consigam fazê-lo”, opina Joana Amaral Cardoso, que reconhece, no entanto, que a cultura do *Público* é “um misto das duas coisas”. Sérgio B. Gomes acrescenta que o jornal tem “sabido dosear essa cobertura”, equilibrando os eventos culturais que se impõem na agenda da secção – como os grandes festivais e as grandes exposições – com trabalhos espontâneos e desvinculados da agenda exterior ao jornal. A própria natureza da actualidade cultural tem por base aquilo que há de novo em qualquer uma das expressões artísticas, seja um lançamento, uma estreia ou uma inauguração, por isso a agenda acaba por ser uma condição inerente à própria editoria. “Eu acho que há espaço para fazer coisas à margem disso, mas a regra é estarmos dependentes da agenda”, diz Inês Nadaís, justificando que “num quadro em que os recursos são muito escassos, o jornal não estar sintonizado com a agenda seria um bocadinho absurdo”. Apesar de afirmar que as artes plásticas têm no *Ípsilon* um tratamento bastante acima da média em relação aos restantes meios portugueses, a editora reconhece que a falta de uma pessoa exclusivamente dedicada ao meio dificulta um acompanhamento sistemático das tendências artísticas. “Os consagrados, os Juliões Sarmiento desta vida, é um bocado difícil escaparem. Temos menos capacidade de surpreender o leitor desse ponto de vista”, refere. Para Inês Nadaís, o mercado de arte em Portugal “é uma área com bastante dinamismo”, embora tenha sido também

afectado pela crise económica e deve, por isso, ser feito um esforço para encontrar um equilíbrio entre aquilo que acontece e aquilo que o jornal consegue cobrir.

A diminuição da margem de manobra na logística da cultura, assim como a transformação da dinâmica das instituições, forçou os jornalistas generalistas a tornarem-se especializados por forma a acompanhar o seu ritmo. “É raro hoje em dia não teres uma exposição com um comissário, com um curador”, explica Isabel Salema. Ao contrário do que acontecia anteriormente, hoje em dia as instituições são intervenientes activos que procuram dar uma maior visibilidade aos artistas e às obras e assumir uma maior responsabilização na mensagem que querem passar. Nesse sentido, a jornalista acredita que “o crítico, que tinha um papel predominante nessa área, passou a ter que partilhá-lo com os próprios artistas, com os comissários e com os jornalistas culturais”.

Se é verdade que a crítica também sofreu uma desvitalização comparativamente ao que já se fez no passado, por outro lado continua a ser um dos pontos fortes da cultura do *Público*. Actualmente, existem três críticos de artes plásticas, Luísa Soares de Oliveira, José Marmeleira e Nuno Crespo, que escrevem pontualmente e, enquanto colaboradores, não estão presentes na redacção. “Acho que as pessoas gostam de ler, se não acreditássemos nisso, não tínhamos dado tanta visibilidade à crítica no site”, explica Inês Nadaís. A autoridade do crítico é hoje mais disputada do que alguma vez foi, mas as novas plataformas geram novas possibilidades de discussão que continuam a fazer deste um género privilegiado na cultura. Isabel Salema aponta que a crítica permite três leituras: uma mais geral na classificação por estrelas, o conhecimento que o leitor especializado pode retirar do texto em relação à obra que vai ver e o diálogo com as instituições para que estas possam ter um feedback do trabalho desenvolvido. “O sentido crítico do jornalista é uma das principais mais valias, é de destrinçar o que se está ali a passar, ser capaz de analisar um fenómeno”, nota Joana Amaral Cardoso.

O potencial da cultura junto dos leitores do Público

Para ilustrar a relação da cultura do *Público* com os seus leitores, os jornalistas Lucinda Canelas e Sérgio B. Gomes referem que esta editoria se encontra muito em paralelo com a secção de ciência, porque trata de um conjunto de conceitos e conhecimentos muito específicos. “Um leitor comum pode interessar-se por um

atentado no Paquistão como se interessa por uma manifestação nas escadarias de São Bento. Mas secalhar o leitor que vai ler sobre a sonda da NASA que acaba de gravitar sobre Marte ou sobre uma célula qualquer ou uma placa do [rei] Dario I que foi encontrada agora numa escavação na Rússia é um leitor muito específico”, explica Lucinda Canelas. O carácter especializado da editoria não significa que o trabalho feito pelo jornal se dirija apenas a uma elite familiarizada com as artes visuais, mas antes que esta faz uma selecção cuidada relativamente a “áreas que considera que são criticamente interessantes e criticamente e intelectualmente estimulantes”, segundo Joana Amaral Cardoso. A jornalista reconhece que há uma aposta do *Ípsilon* na chamada “alta cultura”, sem que isso o impeça de abordar temáticas pertencentes à “suposta baixa cultura ou cultura popular”.

A cultura é, por natureza, uma editoria de nicho e essa característica transpõe-se de forma mais clara para as artes visuais. Os jornalistas entrevistados concordam que esta é uma área acompanhada fielmente pelos leitores, embora não tenha tanta adesão como a música e o cinema. “É uma área com imensa leitura, sobretudo a arquitectura é assim um fenómeno de sucesso, acho mesmo que há uma comunidade de leitores de arquitectura em Portugal”, atira Inês Nadais. Esta opinião é partilhada por Isabel Salema, que revela que há informação de que “as mulheres lêem mais artes plásticas”, embora de modo geral esta seja uma temática que além de ser “a sua missão social, faz parte do perfil do leitor do *Público*” e que este está habituado a encontrar nas páginas do jornal tanto em papel como no on-line. A importância atribuída pelo leitor à cultura e às artes plásticas verifica-se na grande receptividade de histórias mais longas em comparação às notícias curtas e incisivas. “As pessoas acabam por se interessar mais porque há ali um grau de humanidade naquela notícia, mas também porque se nota no texto, certamente, o entusiasmo do jornalista que o escreveu e isso só pode resultar”, diz Lucinda Canelas. Este é, de acordo com Inês Nadais, um elemento diferenciador do jornal que resulta num grande engagement (permanência do leitor no artigo) nos textos da cultura relativamente às demais editorias. A editora relembra, ainda, que as artes plásticas têm o mesmo potencial de blockbuster que determina o sucesso da música e do cinema. “Há artistas plásticos que são artistas pop”, afirma, referindo como exemplo o sucesso de qualquer texto sobre Banksy ou os textos sobre os Mirós em Serralves. “É muito mais difícil isso acontecer com o teatro e com a dança. São áreas à partida menos mainstream, mais marginais, para uma comunidade de leitores muito específica.”

No panorama geral da comunicação social portuguesa, “o *Público* é um oásis no tratamento das artes plásticas e da cultura”, segundo Sérgio B. Gomes. Além das páginas que dedica à editoria no caderno diário, mantém o suplemento em papel, o que se justifica devido ao “maior orçamento” que obtém em relação às outras secções. Sendo a editoria com mais investimento, é também a que tem mais colaboradores, que tendem a ser jornalistas especializados numa determinada área, à semelhança daqueles que se sentam na redacção. Isabel Salema refere que ter “mais margem de negociação” permite à secção continuar a desenvolver um trabalho sólido e consistente que, apesar de tudo, consegue contornar as circunstâncias adversas que possam resultar do desfalque na logística e na especialização.

5.4. Observações finais

Após a análise realizada a três meses de conteúdos noticiosos da cultura on-line do *Público*, é possível perceber que esta é uma área de grande relevância neste projecto editorial. Em primeiro lugar, a cultura conta com uma equipa numerosa (jornalistas e colaboradores distribuídos pelas redacções do Porto e Lisboa e correspondentes noutras cidades) que se dedica a uma cobertura que se pretende abrangente e diversificada e que tem, posteriormente, lugar em várias páginas diárias e semanais no jornal, no suplemento e nos artigos que alimentam o site. A extensão e consistência da cobertura cultural não encontram, de facto, paralelo em nenhum dos outros meios de comunicação social portuguesa, sendo que apenas o *Diário de Notícias* e o *Expresso* se posicionam similarmente em relação à cultura, equilibrando a alta e a baixa cultura na sua abordagem.

O estudo permitiu perceber que é dada uma maior relevância a umas áreas da cultura em detrimento de outras, sendo a música e o cinema os blockbusters incontestáveis que suscitam maior produção noticiosa e gozam de maior sucesso junto dos leitores em comparação por exemplo com o teatro e a dança, que são disciplinas menos mainstream e que interessam a um público bastante mais restrito.

Face a este cenário, as artes visuais não estão tão desfavorecidas como se poderia pensar. A pintura, a escultura, o design, a fotografia e a arquitectura têm um lugar sólido na cobertura cultural, aparecendo regularmente ao longo do período analisado. As chamadas artes plásticas, que estão tradicionalmente associadas ao museu por assim

dizer, têm um maior destaque quando tratam de nomes notáveis da área e privilegiam a informação sobre estes artistas em relação a um olhar atento sobre os criadores em ascensão na área. O design e a fotografia beneficiam de uma cobertura que, não sendo a mais abundante, é razoavelmente proporcional à produção que se faz nestas áreas em Portugal. A arquitectura, por sua vez, é uma expressão artística acompanhada de forma sistemática no *Público*, seja a vida das instituições a ela ligadas, as figuras reconhecidas como Álvaro Siza Vieira ou Eduardo Souto de Moura, os prémios existentes e os arquitectos que estão a pautar a actualidade da disciplina.

À semelhança do que acontece no jornalismo em geral, a agenda continua a ser o grande impulsionador da cobertura da cultura, uma vez que as instituições se mostram cada vez mais activas e presentes na relação que estabelecem com os media e, nesse sentido, sabem a quem devem enviar uma determinada informação para que ela entre no planeamento diário do jornal. É certo que a actualidade é um factor intrínseco ao jornalismo e que seria impensável fazer jornalismo cultural não a tendo em consideração, mas constitui ainda um grande obstáculo perante a necessidade de desenvolver trabalhos que proporcionem uma perspectiva mais completa do que se está a passar em cada uma das áreas da cultura.

Se por um lado o jornalismo cultural do *Público* não consegue tratar todas as artes de forma equiparável – sobretudo por motivos de logística e pela natureza viral de umas em relação a outras – a verdade é que o discurso jornalístico da cultura do *Público* tem uma roupagem analítica que aplica a todos os seus trabalhos e que permite ao leitor não apenas estar a par dos produtos ou eventos culturais que marcam um determinado momento, mas pensar o que representam e o que significam num contexto mais alargado. Desta forma, contribui para uma discussão que torna os leitores simultaneamente consumidores e produtores de cultura.

6. Conclusão

“No jornalismo de saúde, cada receptor é um potencial paciente implicado [na notícia]. No jornalismo cultural e de artes, cada receptor é um cidadão cultural dependente da sua relação individual com os pólos autónomos e heterónomos da cultura e do jornalismo cultural. Nem todos os receptores têm que estar interessados na forma de arte particular abordada jornalisticamente”

Maarit Jaakkola in *The contested autonomy of arts and journalism* (p.91)

Este relatório teve por base a produção noticiosa on-line correspondente aos três meses em que decorreu o estágio a ele respectivo (1 de Junho e 31 de Agosto de 2016) e serviu para perceber qual a dimensão ocupada pelas artes visuais no tratamento da cultura levado a cabo pelo *Público*. Esta amostra, que abrange um período considerável e não é condicionada pelas limitações de espaço no papel, é bastante representativa da importância dada a cada uma das expressões artísticas pelo jornal.

Na realização deste estudo, foram utilizados dois métodos para clarificar a questão proposta inicialmente. A análise quantitativa e o tratamento de dados, que foram posteriormente traduzidos em gráficos de leitura rápida e acessível, permitiram verificar e desmentir algumas das impressões tidas inicialmente e, ao mesmo tempo, formar novas ideias que não haviam sequer sido consideradas durante a revisão de leitura. As entrevistas aos jornalistas da secção encarregues das artes visuais e a uma das editoras possibilitaram um olhar mais subjectivo e fundo sobre a actividade que desenvolvem. Desta forma, pretendeu-se esclarecer como se processa a relação do jornal com os artistas e as obras, a selecção criteriosa face a um vasto leque de produtos e eventos culturais e o papel de mediador representado pelos jornalistas culturais junto dos leitores. Naturalmente, o foco principal da análise foi o lugar das artes visuais na editoria, desdobrando-se esta reflexão em factores como a frequência com que estes temas aparecem, o motivo que os leva a ser tratados ou a sua presença em comparação com as restantes áreas da cultura.

Tendo em conta a revisão da literatura, que permitiu a sistematização de uma série de conceitos teóricos ligados ao jornalismo cultural e, especificamente, à cobertura das

artes visuais, a experiência advinda do estágio realizado neste jornal e o tratamento de dados feito na segunda parte do trabalho, foi possível chegar às seguintes conclusões:

- a) As artes visuais têm uma representatividade maior no *Público* do que o esperado. É certo que não conseguem estar lado a lado com a música e o cinema, que são de raiz produtos de natureza massificada movidos pelas poderosas máquinas de marketing da indústria de entretenimento, mas apresentam um bom posicionamento relativamente às restantes artes. Há, inclusive, outras expressões artísticas menos representadas que as artes visuais, como é o caso da dança;
- b) O leitor da cultura do *Público* é um leitor interessado num maior entendimento das diferentes expressões artísticas e está, conseqüentemente, receptivo à cobertura das artes visuais, fenómeno que se vem verificando com o sucesso consistente de artigos que visam os grandes nomes da história da arte, como é o caso de Van Gogh ou Leonardo da Vinci, que podem cativar simultaneamente um leitor generalista e especializado;
- c) A busca pelo conhecimento que caracteriza este leitor está alinhada com a dinâmica de especialização da cultura, já que além dos factos puros e duros, esta privilegia uma perspectiva mais abrangente e informada sobre o enquadramento de uma determinada obra ou autor. Por este motivo, faz todo o sentido que o feature, enquanto género que mistura a notícia com elementos de reportagem e que tem normalmente uma extensão razoável, se destaque na cobertura de artes visuais. Os textos longos sobre os notáveis mestres de arte antiga, por exemplo, contrariam a tradição curta e incisiva do on-line e geram, habitualmente, bastante leitura e interacção no site;
- d) As artes plásticas no sentido clássico da palavra são as temáticas predominantes na abordagem das artes visuais, em detrimento de formas de expressão mais jovens como o design e a fotografia, o que se poderá explicar não só pela sólida produção existente a nível nacional e internacional, como pelo foco do jornal na alta cultura e, por extensão, às artes superiores. A arquitectura, por sua vez, é um caso singular, que beneficia de um acompanhamento regular por parte do jornal e de uma atenção equivalente por parte do leitor devido à sua tradição em Portugal;

- e) A inexistência de um jornalista permanentemente dedicado às artes visuais não permite que a secção ultrapasse a agenda cultural. Assim, em vez de um acompanhamento sistemático que serviria para estar a par das novas tendências artísticas e de tudo o que acontece de relevante no meio, a cobertura noticiosa fica cingida ao conjunto de eventos e produtos culturais divulgados habitualmente pelas grandes instituições artísticas. A actualidade e a novidade são dois critérios-chave na cultura, mas fica a faltar uma abordagem mais global relativa ao que de mais importante se faz na área e aos seus principais players;
- f) A distribuição geográfica das artes visuais, em que se distinguem Lisboa e Porto, são representativas daquela que caracteriza toda a secção de cultura. É nestas cidades, sobretudo na capital, que se situam as principais instituições culturais do país e que, por conseguinte, existe uma vida cultural mais activa e preenchida. Pontualmente, a rede de correspondentes que escreve para secções como Local pode suprir a falta de jornalistas noutras cidades do país;
- g) A crítica continua a ser o género do jornalismo cultural por excelência e é parte incontestável da identidade da cultura do *Público*, tendo um lugar de destaque no on-line e aparecendo também no papel e no suplemento. A crítica é, no fundo, a expressão máxima do discurso interpretativo e analítico que permeia a cultura e serve para justificar ao leitor a escolha de um objecto cultural em detrimento de outro. Em boa verdade, este género centra-se maioritariamente na música e no cinema, tal como os artigos noticiosos, mas continua a fazer-se de uma forma que se pretende equilibrada, abordando tanto os artistas reconhecidos do grande público, como outros que desenvolvem um trabalho coeso na área embora não sejam nomes tão sonantes;
- h) A crescente mercantilização da cultura e a predominância dos meios culturais híbridos tornam cada vez mais necessárias o olhar aprofundado do jornalista em relação aos objectos artísticos e o papel de mediador que tem perante a sua audiência. Nesse sentido, a especialização funciona como o filtro máximo na selecção da cobertura noticiosa e é um traço distintivo da cultura do *Público*;
- i) A partir daí, o jornal pode tirar partido da posição única que ocupa dentro da comunicação social portuguesa – nomeadamente, as inúmeras páginas que dedica à cultura diariamente – para fazer uma cobertura mais completa das

artes visuais que ultrapasse as exposições e os prémios agendados, possibilitando ao leitor um acompanhamento contínuo sobre o que de substancial se passa no panorama artístico e as tendências que o marcam.

- j) Mesmo não se equiparando aos blockbusters da cultura, as artes visuais têm um lugar de pertinente destaque no *Público*. Para que a sua cobertura fosse elevada ao patamar seguinte, seria necessário contornar as questões logísticas e a distribuição de recursos que moldam actualmente a disposição da secção e que motivam a selecção noticiosa actual. Não se trata, portanto, de uma questão deliberada em que se favorece uma arte em relação à outra, mas antes de um exigente trabalho de gestão de recursos face às circunstâncias existentes.

7. Referências bibliográficas

- ALMEIDA, Fialho de (1927). *Os gatos: publicação mensal d'inquérito à vida portuguesa*. Vol. 1. Liv. Clássica Editora, Lisboa.
- BASSO, Eliane (2006). *Jornalismo Cultural: uma análise sobre o campo*, disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1869-1.pdf>
- BERGER, Arthur Asa (2000). *Media and Communication Research: An Introduction to qualitative and quantitative approaches*, Sage Publications LTD.
- BORDIEU, Pierre (1994). "L'emprise du journalisme". *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 101-102: 3-9
- BOWMAN, Paul (2012). *Culture and the Media*, Palgrave Macmillan.
- CARLOS, Jérôme (2011). *Journaliste culturel: être ou ne pas être*, La Nouvelle Tribune, disponível em <<http://www.lanouvelletribune.info/reflexions/chronique/9549-journaliste-culturel-etre-ou-ne-pas-etre>> (data de consulta: 26/10/2016)
- ELIOT, T.S. (1948). *Notas para uma definição de cultura*, Perspectiva, 2013.
- FONTCUBERTA, Mar de (1993). *La Noticia: Pistas para Percibir el Mundo*. Barcelona: Paidós.
- GREEN, Tyler (2010). *Re-thinking cultural journalism*, disponível em <<http://blogs.artinfo.com/modernartnotes/files/2009/08/ArtJournalismWhitePaper2010.pdf>>
- JAAKKOLA, Maarit (2015), *The contested autonomy of arts and journalism*, disponível em <<https://tampub.uta.fi/handle/10024/97272>>
- JOKELAINEN, Jarkko (2004). *Anyone can be a critic. Is there still a need for professional arts and culture journalism in the digital age*, disponível em <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Anyone%20can%20be%20a%20critic%20-%20Is%20there%20still%20a%20need%20for%20professional%20arts%20and%20culture%20journalism%20in%20the%20digital%20age.pdf>>
- KOVACH, Bill e ROSENTIEL, Tom (2001). *Os elementos do jornalismo: O que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*, Porto Editora, 2005.

- MAKINA, Idoia Camacho et al (2010). *La especialización en el periodismo*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- MATTELART, Armand e NEVEU, Enrik (2006). *Introdução aos cultural studies*, Porto: Porto Editora.
- MCLEESE, Don (2010). *Visual Arts*, The New York Times Reader: Arts & Culture. CQ Press.
- MELO, Isabelle Anchieta de (2010). *Jornalismo Cultural*, disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/melo-isabelle-jornalismo-cultural.pdf>>
- NUNES, Rui et al (2012). *Cultura e Sociedade*, Porto: Cordão de Leitura.
- PIZA, Daniel (2009). Existe público, sim. *dEsEnrEdoS*, revista de cultura e literatura, ano I, número 02. Setembro Outubro 2009.
- SANTOS SILVA, Dora (2009). *Storytelling no Jornalismo Cultural – Novos modelos para contar histórias na era digital*, disponível em <http://www.academia.edu/5147072/Storytelling_no_Jornalismo_Cultural_-_Novos_modelos_para_contar_est%C3%B3rias_na_era_digital>
- SANTOS SILVA, Dora (2009). Tendências do Jornalismo Cultural em Portugal, disponível em <http://www.academia.edu/2448702/Tend%C3%Aancias_do_Jornalismo_Cultural_em_Portugal>
- SANTOS SILVA, Dora (2013). *Cultura e Jornalismo Cultural: Tendências e desafios no contexto das indústrias culturais e criativas*, Porto: Media XXI.
- SOUSA, Jorge Pedro (2000). *As notícias e os seus efeitos*, Coimbra: Edições Minerva.
- SOUSA, Jorge Pedro (2002). *Por que as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia*, disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.pdf>>
- SOUSA, Jorge Pedro (2003). *Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media*, Porto: Edições UFP.

8. Anexos

ANEXO A

Entrevistas aos jornalistas da cultura responsáveis pela cobertura das artes visuais
realizadas entre Junho e Agosto de 2016

Inês Nadais, editora da cultura no Porto

Acho que a arquitectura tem cobertura suficiente, o design e a fotografia seguramente também, mas a pintura, a escultura, a instalação – aquilo que nós associamos mais às artes visuais tradicionais, ao museu – acho que é uma área que se “degradou”, mas que está em perda no jornal devido a circunstâncias adversas da saída de algumas pessoas. Acho que já fomos mais fortes nessa área específica. Fotografia, arquitectura e design eu acho que têm cobertura suficiente, talvez até mais do que suficiente. Uma coisa que convém que fique claro é que não houve uma decisão no sentido de “esta é a área que nós vamos deixar de cobrir”, foi mesmo o processo de recomposição da empresa, que fez com que houvesse saídas de uma forma um bocado indiscriminada e essa foi uma área lesada, mas não corresponde a uma opção de desinvestimento, antes um azar, vá.

Acho que isso [a grande escola de arquitectura em Portugal] impulsiona muito a cobertura de arquitectura, acho que a própria visibilidade internacional da arquitectura portuguesa obriga a andar minimamente a par disso e também é uma área que tem muitos leitores e muito dinamismo. Há muitos acontecimentos ligados à arquitectura em Portugal – há muitas conferências, há muitas visitas, há muitos workshops, há muitos laboratórios de arquitectura – portanto essa área gera notícia.

Nós tínhamos uma redacção muito maior e a secção de cultura por tradição neste jornal sempre foi uma das maiores. É uma tradição que se perdeu porque neste momento já não somos das maiores secções do jornal, mas estamos mais ou menos a par com as outras. Nós tínhamos, de facto, mais que uma pessoa dedicada exclusivamente às artes plásticas e neste momento não temos uma única pessoa e já tivemos. Se tomar como referência a altura em que cheguei ao jornal, diria que passámos de ter duas pessoas exclusivamente dedicadas a essa área para ter zero. Porque essa área neste momento é coberta por várias pessoas de forma parcelar, dividindo isso com outras áreas. Noto sobretudo um empobrecimento aqui no Porto, porque uma dessas duas pessoas que era jornalista especializado em artes plásticas trabalhava aqui na redacção e, desde que ele saiu, nós temos tido muita dificuldade em estar minimamente ao nível do que eu acho do que seria exigível de um jornal como o Público, sobretudo porque há instituições muito importantes dessa área no Porto, como

Serralves. Temos tido dificuldade em acompanhar de forma sistemática e cobrimos de uma forma que não é a mais adequada, porque o fazemos com vindas de jornalistas e críticos de Lisboa para cobrir um acontecimento específico, mas não para cobrir a vida da instituição, os altos e baixos da instituição, como seria adequado. Por outro lado, acho que áreas como a fotografia e o design eu não diria que nunca foram tão bem tratadas, mas acho que têm um tratamento acima da média dos jornais em Portugal. Acho que a nossa cobertura desta área [artes visuais] está um bocadinho desequilibrada: há áreas que estão muito bem cobertas e outras em que a nossa capacidade de acompanhar oscila e acaba por nos impedir de ter uma linha editorial muito compreensível para os leitores. Coisas da mesma importância tanto podemos dar como falhar e isso tem a ver com a nossa logística e não com a relevância objectiva das coisas.

Ainda há espaço [para histórias fora da agenda], mas por natureza a cultura é muito presa à agenda. O jornalismo em geral. Mas a cultura vive muito da agenda de estreias e inaugurações. Eu acho que há espaço para fazer coisas à margem disso, mas a regra é estarmos dependentes da agenda. Seria interessante fazermos coisas que não fossem suscitadas necessariamente pela agenda exterior ao jornal, mas acho que num quadro em que os recursos são muito escassos, o jornal não estar sintonizado com a agenda seria um bocadinho absurdo. A ter que sacrificar alguma coisa, não me parece que podemos sacrificar o acompanhamento das coisas que estão a acontecer e que as pessoas querem ler e querem saber o que está a acontecer e querem ter informação adicional para complementar aquela que as próprias instituições ou os próprios artistas disponibilizam. A evolução geral desta redacção tem empobrecido a capacidade de fazer trabalhos mais panorâmicos, desvinculados da agenda e mais autónomos.

No meu caso, por ser editora, recebo informação de forma um bocado indiscriminada. A diferença é que a informação que eu recebo da área do teatro ou dança é muito personalizada. Não recebo o e-mail genérico que eles enviam para toda a gente, recebo já com “consegues pegar nisto?”, ou um e-mail acompanhado de um telefonema a perguntar se vi o e-mail. As instituições e os artistas fazem a sua comunicação mais genérica e sabem a quem é que devem pedir feedback em relação à informação que enviaram.

Acho que o que acompanhamos menos é artistas emergentes. Como não temos uma pessoa completamente dentro do meio em permanência, é mais difícil nós percebermos as pessoas que estão a aparecer a que deveríamos estar atentos. Os consagrados, os Juliões Sarmento desta vida é um bocado difícil escaparem. Temos menos capacidade de surpreender o leitor desse ponto de vista. E como o espaço para a crítica de artes plásticas diminuiu muito no suplemento, acho que o jornal se tornou menos relevante nessa área do que alguma vez foi. E isso também tem a ver com restrições orçamentais, porque pagamos aos críticos à peça, os orçamentos diminuíram. Na área da crítica, há uma perda grande em relação a anos recentes. No máximo quinzenalmente tínhamos crítica de artes plásticas, agora traz menos. Com a diminuição do orçamento do suplemento, tornou-se mais óbvia a tendência para se concentrar nas áreas da música e do cinema. A música e o cinema tendencialmente são as áreas blockbuster da cultura; os livros também, mas a música e o cinema, pela sua natureza industrial, são artes e indústrias ligadas ao entretenimento. A forma como tudo isto evolui é um bocadinho aleatória. Se em vez de sair uma jornalista de artes plásticas, saísse um jornalista de música, essa área também teria sofrido um impacto negativo. É muito mais difícil desguarnecer as áreas do cinema e da música pelo tráfego que geram, pela visibilidade que têm, do que desguarneceres esta área.

Um dos nossos critérios é a nossa capacidade para fazer. Perante uma exposição nova, temos ou não capacidade para fazer bem? Se temos capacidade para produzir um artigo com o mínimo de mais valia em relação à notícia pura e dura do “Vai inaugurar no dia x”, isso é um critério. Obviamente, a importância objectiva da exposição. Não podemos deixar de fazer alguma coisa sobre as grandes exposições de Serralves, da Culturgest, da Gulbenkian, do MAAT, do MNAA... há coisas que se impõem de uma forma quase incontestável. É um jogo difícil entre a nossa capacidade de fazer e a nossa obrigação para fazer.

Acho que pode acontecer [uma história de artes plásticas ser das mais lidas no on-line]. A história dos Mirós foi super lida. Há artistas plásticos que são artistas pop. Qualquer história relacionada com o Banksy. É um fenómeno pop global, portanto é muito possível. É muito mais difícil isso acontecer com o teatro e com a dança. São áreas à partida menos mainstream, mais marginais, para uma comunidade de leitores

muito específica. As artes plásticas dependendo do que estiver em jogo têm esse potencial de blockbuster.

Acho que é uma área difícil, em que a informação e a opinião, nomeadamente a crítica, as duas coisas se misturam e se contaminam. Sobretudo, se estivermos a ter em conta o leitor tradicional do *Público* (com a Internet, o leitor agora é mais indiferenciado e chega aos artigos através de partilhas no Facebook, não é o leitor dedicado que vai ao site e que quer ler a notícia do *Público* e não de outro site) ... acho que já não temos leitores do *Público*, temos leitores de determinados assuntos. Diria que o leitor tradicional do *Público* não quer uma notícia pura e dura, está interessado em ter um olhar sobre aquele trabalho artístico, sobre aquela prática artística, sobre o percurso daquele artista, sobre as intenções daquela exposição ou daquela fotografia ou sobre o programa daquele edifício. É mesmo necessário que, além da informação, haja capacidade para pôr aquela exposição ou obra num contexto. É muito fácil desagradar a um leitor especializado, por isso é que muitas vezes há artigos destas áreas que são feitos pelos críticos. Eles fazem trabalho jornalístico também, porque é um trabalho por natureza misto, como é na música e no cinema. Acho que um bom artigo quase que exige uma articulação entre o discurso informativo, noticioso, puro e duro e crítico. Há jornalistas da secção que cobrem as artes plásticas e não são críticos, mas se não são eles que vão fazer esse juízo, provavelmente falam com o comissário da exposição. Há formas de trazer essa informação quando não podes ser tu a assumir esse juízo.

Acredito que sim [que os textos longos chamam as pessoas]. Do feedback que vou tendo, é que os textos da secção de cultura do *Público* são dos textos que têm mais engagement (permanência dos leitores no artigo). E acho que as pessoas estão dispostas a isso. Como leitora, acredito que esses textos têm um público e acredito que o jornal deve continuar a diferenciar-se por isso, acho que é a única maneira deste jornal não ser igual aos outros.

Acho que as pessoas gostam de ler [crítica], se não acreditássemos nisso não tínhamos dado tanta visibilidade à crítica no site. A vida de uma crítica na Internet é sempre imprevisível. Há críticas que eu estou à espera que gerem um maior número de partilhas e que acabam por não gerar e outras que eu imaginaria que fossem para um número de leitores mais reduzido e que acabam por gerar muita discussão. Acho que continuam a ter imensa leitura e que por muito disputadas que sejam – nomeadamente a

crítica de cinema, que é um caso difícil porque o potencial de fúria de fãs na área do cinema é enorme, porque há um desencontro intransponível entre o juízo do crítico sobre o filme e o entusiasmo do público.

É uma área com imensa leitura, sobretudo a arquitectura é assim um fenómeno de sucesso, acho mesmo que há uma comunidade de leitores de arquitectura em Portugal. As áreas que eu acho que estão mais ameaçadas no jornal são mesmo as artes plásticas tradicionais (pintura, escultura, instalação, vídeo: o museu), a área das exposições mais tradicionais. Seria aventureiro da minha parte dizer que tem potencial para crescer nestas condições de crise da imprensa. Se tivéssemos as condições ideais, seria uma área em que tenho a certeza que faríamos muito mais coisas. Na música, provalmente não faríamos muito mais coisas; no cinema, não faríamos muito mais coisas. É uma área em que existe potencial porque nós estamos aquém daquilo que é possível fazer. Para já, é um mercado em Portugal e é uma área com bastante dinamismo... já teve fases mais exuberantes, porque a crise massacra um bocadinho o mercado da arte num país como o nosso. Há áreas que estão num ponto equilibrado entre o que acontece e a nossa capacidade de resposta, esta é mesmo a área em que estamos aquém daquilo que são as nossas obrigações enquanto jornal de referência.

Isabel Salema, jornalista de arquitectura e arte contemporânea

A Vanessa Rato foi uma das estagiárias que entraram na altura em que eu e a Alexandra Lucas Coelho começámos a editar a cultura e sentimos desde o princípio que ela teria uma vocação especial para essa área. Depois de uma primeira fase mais generalista, ela tinha um olhar que era interessante. A Lucinda Canelas faz arte antiga e ela queixava-se que estava ali sozinha, coisa que é fácil perceber agora que ocupei um bocadinho o lugar dela [da Vanessa]. Há muita coisa e as escolhas que nós fazemos são aquilo que é mesmo quase impossível, pelas agendas e instituições importantes e algumas galerias, não fazer. Sim, provavelmente fazia sentido ter uma pessoa e meia, embora isso exista porque a Lucinda faz arte antiga, ou duas pessoas a fazer artes plásticas. Mas as equipas estão cada vez mais reduzidas e isso não vai provavelmente mudar.

[Isto deve-se às dificuldades financeiras] e também a não haver ninguém no Porto. O Sérgio começou a fazer também, acho que principalmente no sítio onde há Serralves devia haver alguém com uma maior aptência para essa área. Em termos de jornalismo, um trabalho que não é crítico, é especializado, leva tempo a aprender a linguagem. E o Sérgio já faz arquitectura porque eu não podia fazer porque estava a editar, mas acho que era preciso alguém com maior aptência para as artes visuais no Porto.

O panorama [da cobertura] mudou bastante. Comecei no *Público* no início do projecto, durante muito tempo fazia ciência, mas na arquitectura e em algumas áreas, sempre trabalhei um pouco para a cultura. Passado oito anos, passei para essa área. Noto que [antes] havia os tais críticos residentes em todas as áreas que faziam parte da própria equipa e a equipa dividia-se em jornalistas especializados e jornalistas generalistas. De certa maneira, os jornalistas tornaram-se mais especializados, porque as instituições também mudaram. Se dantes podias chegar a uma exposição e fazias uma reportagem, como chegas a qualquer lugar – chegas de repente ao Japão e comesas a fazer reportagem olhando à volta – isso mudou, porque as instituições passaram a ser todo o seu discurso e a querer justificar o seu discurso. É raro hoje em dia não teres uma exposição com um comissário, com um curador. Tu não podes ter um discurso sem o justificar, as pessoas são responsáveis pelas obras e os discursos não são inocentes, por isso alguém tem que dar a cara. Hoje em dia há essas pessoas. E nós no fundo temos uma história para contar falando com os intervenientes. Os artistas tornaram-se mais visíveis. Há os comissários, tornou-se mais fácil de certa maneira fazer esse jornalismo. Não de uma perspectiva só crítica, mas pondo essas vozes todas a falar. Hoje chegas a uma exposição, os discursos ainda são muito opacos e é preciso esse treino mínimo. Tu saberes olhar e ok, não é uma tela, não é óleo, é aguarela. Não é tela, é papel. Mas isso com o tempo chegas lá. E as pessoas têm já, no fundo, coisas a dizer, que são as técnicas básicas para construir uma notícia. Fazer um artigo, fazer uma entrevista; tudo isso passou a ocupar mais espaço nas artes visuais do que a crítica.

Por isso, não concordo exactamente com aquela coisa de “a crítica acabou e o que é das artes plásticas”. Não, existem agora outros intervenientes. Gosto imenso de crítica, acho que ela é absolutamente necessária, mas ela também passou a dar voz a outros [agentes]. O crítico, que tinha um papel predominante nessa área, passou a ter que partilhá-lo com os próprios artistas, com os comissários e com os jornalistas culturais.

Há [espaço para estórias fora da agenda], mas eu acho que o jornalismo basicamente depende das agendas. A agenda ultrapassa sempre as coisas mais intemporais. Fazer artes visuais sem mostrar as coisas... falar de coisas que as outras pessoas não possam ver. Claro que é possível. Em última análise, um jornal é isso, porque é diferido. Tu podes ir lá, mas quando a pessoa está a ler, está a ver uma reprodução da coisa. É possível ir aos ateliês dos artistas... esse trabalho, no fundo, independente da própria agenda das instituições e dos acontecimentos. Pode ser feito, não sei se há tempo para o fazer.

De arquitectura recebo muita [informação], porque as pessoas há muito tempo sabem que eu escrevo sobre arquitectura e ligam e eu conheço muitos arquitectos. Das artes plásticas também conheço, porque a minha formação passou muito por aí. Agora, se a informação nessas áreas é especializada e boa, não, não é. As galerias portuguesas raramente são boas a fazer press releases. Informação sobre arquitectura, mesmo de algumas instituições, não é especialmente interessante. Ou seja, é muito fácil tu pegares em alguns comunicados de imprensa estrangeiros e fizeres uma notícia para um jornalista generalista. Em Portugal isso é difícil, porque às vezes têm linguagem que não se adapta, está quase especializada e depois complicam uma coisa que podia ser muito mais simples. As pessoas têm quase medo de fazer perguntas. Às vezes têm aqueles termos um bocadinho vagos e abstractos e é preciso tu saberes para saberes simplificar. São coisas já muito genéricas que muitas vezes não têm uma ligação específica com aquela exposição. E depois há textos que são textos bonitos e que são textos de catálogo, mas para quem vai à procura de uma primeira informação, não são muito claros.

Acho que isso [selecção noticiosa] é igual em todas as áreas. Entra, concerteza, a notoriedade, no fundo aquilo que é o *savoir faire* do jornalista de cultura, que é aprender a qualidade das coisas. Com o tempo tu saberás. Nós brincamos sempre aqui, às vezes vimos aqui à reunião. “Isso não é muito interessante, ele não é muito bom, eu não gosto” e respondem-me, “Mas não gostas porquê? Mas porquê que interessa o gosto?” E eu respondo sempre “O gosto, em cultura, é fundamental”. Claro que nós falamos sobre tudo e não existe só a qualidade das coisas. Às vezes a relevância social é tão importante como a qualidade. Mas o Vasco Câmara está ali para dar estrelas e para dizer se é bom ou mau e é isso que se espera dele. Não quer dizer que tenham que

concordar, mas é isso que se espera dele. No fundo que tu digas o que é que achas que é interessante ver ou não ver. A capacidade de curadoria do próprio jornalista é relevante em cultura.

A informação que nós temos é que as mulheres lêem mais artes plásticas, depende dos temas. Somos um caso muito atípico, porque sempre tivemos um investimento muito grande, se pensares em termos orçamentais. A cultura é das secções mais importantes do jornal, sempre foi. Temos o suplemento, não é uma secção pequena, para além dos jornalistas tem os colaboradores todos. É uma secção cara de fazer e sempre conseguimos fazê-la sem problemas de maior. Isso deve-se a alguma coisa. Porque o jornal considera que, para além da sua missão social, que faz parte do perfil do leitor do *Público*. Agora, se as artes visuais são relevantes nessa área e se há um estudo que o comprova, não te consigo responder a isso.

Em relação à arquitectura, acho que somos reconhecidos como o jornal que foi acompanhando a relevância da arquitectura na sociedade portuguesa. O Siza, todos estes nomes... uma das grandes lutas que eu tive aqui desde o início foi que as notícias sempre que falavam de um edifício tinham que dizer quem era o arquitecto. No Local, acontecia muito, inaugurou, foi o Presidente da Câmara, elencava uma série de pessoas e o edifício tinha sido feito por alguém e não aparecia ali, mesmo que o homem estivesse na própria inauguração. As obras têm um autor e se têm um autor nós temos que falar com o autor e ele tem que saber justificar o que fez. Sempre tivemos pessoas que sempre foram conhecidas pela sua qualidade excepcional nessa área, o pior depois é mantê-los... o Jorge Figueira, Ana Vaz Milheiro, o Ricardo Carvalho. Depois fizeram os seus percursos, depois de passar pelo jornal *Público*, porque a qualidade deles também se tornava visível e a seguir foram fazer outras coisas, e essa partilha tornou-se um bocado difícil. Porque nenhum deles escreve em exclusivo para nós, aquela coisa maravilhosa de ter os críticos no quadro. Nós este ano fomos reconhecidos pela Ordem dos Arquitectos pelo trabalho relevante que o jornal sempre fez nessa área. O que me deixou muito contente, porque não é tanto ganhar um prémio uma pessoa ou outra, é uma área. É a equipa que significa que trabalhou bem e que há um know how que se disseminou pelo jornal.

[A crítica] é cara. Nós durante muito tempo não tínhamos estrelas, mas depois achámos que era importante comunicar uma linguagem que fosse muito especializada

de forma mais clara para um público menos conhecedor. Acho que as pessoas têm várias aproximações. Ou vêem as estrelas e dizem que é uma porcaria porque tem duas e devia ter cinco, há uma primeira leitura que tem a ver com essas indicações e depois há um conhecimento do leitor especializado em relação ao que é que ele vai ver e ao que este texto lhe pode ensinar. E depois existe um terceiro nível que também é muito importante, que as instituições com quem nós trabalhamos possam ter uma reflexão do seu próprio trabalho e que haja um diálogo. É a memória do que fica das artes performativas, em que as coisas desaparecem.

Estamo-nos sempre a queixar [do espaço], mas se há área que dá graça aqui no jornal somos nós. Lá vêm os meninos da cultura, aqueles meninos conseguem fazer tudo. Dentro das outras secções, nós temos o maior orçamento; também temos mais colaboradores. Sempre fomos bem tratados, mas sempre tivemos mais margem de negociação. Agora, o sonho de qualquer editor é ter mais, muito mais e seria possível fazer muito mais. A minha esperança é que o turismo traga uma dinâmica a algumas instituições culturais em Lisboa – que bem precisa dela – e que isso de certa maneira permita algum investimento também nos órgãos de comunicação social, mas são tempos muito difíceis de prever. O aceleramento das mudanças é muito maior. Se olhares para o on-line (o on-line foi refeito) e o *Ípsilon* que era um satélite, tinha uma linguagem diferente. Um dos grandes investimentos a reformular o site do jornal foi na cultura. Foi por isso até que voltei para a cultura, porque estive no P2 e nos outros suplementos todos. Não são tempos maus para o jornalismo cultural, agora tem as dificuldades que todas as áreas têm.

Joana Amaral Cardoso, jornalista de design e arquitectura

Acho que dentro das artes visuais, há algumas que têm uma cobertura maior e outra menor. E dou-te dois exemplos. A arquitectura é uma área muitíssimo acompanhada no Público, é uma área de excelência em Portugal, temos dois prémios Pritzker, portanto é um rácio muito peculiar. É, de facto, uma área em que fazemos escola e, portanto, a cobertura da área sempre foi distintiva e é sempre – em comparação com o resto da imprensa – tem um papel muito grande. O design, sendo uma disciplina

bastante mais jovem e que tem problemas de afirmação na sua própria génese, nasce em Portugal no século XX quase por carolice de pessoas que vinham das artes gráficas ou da própria arquitectura e não existe uma história do design em Portugal ainda compilada condignamente. E apesar de haver muitos profissionais a afirmar-se com qualidade, não tem o mesmo nível de massa crítica tanto na recepção quanto na produção que tem a arquitectura. Se eu pensar na arquitectura em termos de géneros noticiosos, desde a breve, à notícia, ao feature e à reportagem, existe tudo isso. Hoje acabei de terminar um feature sobre a 25 de Abril e um projecto arquitectónico e de engenharia que se lhe vai acoplar. Já fiz reportagem de design, talvez uma, duas no máximo e em comparação com a arquitectura, acho que ainda há espaço [para fazer mais].

Relativamente à pintura, escultura e fotografia... A fotografia também é uma área que se faz muita coisa. A pintura e a escultura, dentro das artes plásticas, também têm muito espaço, agora no jornal não têm tanto, porque perdemos uma das pessoas que cobria essas áreas e não foi substituída formalmente em termos de distribuição de áreas.

[O design] tem muito a explorar e devia fazer-se mais e ainda há muitas estórias para contar, mas a tal dificuldade da contramassa crítica, que é ter alguém na redacção que esteja completamente a par do que se está a passar no terreno em Portugal e, depois, ter a capacidade de dedicar meios e recursos para com tempo fazer isso tudo, não é ainda possível ou então ainda não foi uma aposta estratégica.

[As artes visuais] têm um lugar muito sólido na cultura. As artes plásticas são também um traço distintivo tanto no *Ípsilon* como no diário, embora estejam mais direccionadas para o *Ípsilon* e a arquitectura é uma coisa que aparece mais no caderno principal. No que toca ao design, é uma questão de tempo até que a coisa seja mais forte.

Estou na cultura desde final de 2012, mas já tinha estado antes numa altura em que a secção foi um bocadinho pulverizada, porque em 2007 criou-se o *P2*, e nessa fase eu estava na equipa *cultura/P2*, e fazia trabalho para várias áreas, e houve uma pequena altura em que estive com a coordenação do on-line da cultura.

Faz-se mais design, e acho que não o estou a dizer só porque faço design e estou mais atenta à área. Acho que se faz um bocadinho mais de design porque aparecem mais instituições ligadas ao design e à promoção do design. Desapareceu o Centro

Português de Design, que era uma figura institucional, mas tens o museu autárquico que acaba por funcionar como um museu de dimensão nacional dedicado ao design. E, infelizmente, têm desaparecido muitas figuras fundadoras do design em Portugal. E o obituário, que é um género jornalístico que infelizmente é também muito praticado, acaba por ter dado mais de visibilidade à área do design, porque através dos obituários dessas figuras importantes estás também a contar um bocadinho da história da disciplina. Continua a falhar (e mea culpa também), noticiário sobre a actividade mais quotidiana do design, depois tens escolas como a ESAD que ganham muita importância, iniciativas como a Experimenta Design e o Ano do Design Português que têm vários problemas, mas também contribuem para a divulgação da disciplina. Quanto à pintura, à escultura e à arquitectura, acho que mantiveram a sua grande divulgação. O design aqui não tem a ver com pessoas nem com meios internos do jornal, tem a ver ainda com a grande capacidade evolutiva de disciplina.

Não sempre [preso à agenda], mas muito. O jornalismo hoje em geral e há coisa dos últimos anos, se é que alguma vez se conseguiu livrar muito do agenda-setting, é muito marcado pela agenda. O jornal ideal seria aquele que conseguiria acompanhar a agenda, mas também ultrapassá-la e não há muitos jornais em Portugal que consigam fazê-lo. Existem alguns, ou algumas áreas dentro dos jornais que conseguem fazê-lo. Acho que na cultura do *Público* há um misto das duas coisas e na cobertura destas áreas em particular. Há algumas coisas que espontaneamente se podem fazer, mas a maioria é ditada pela agenda. Pela inauguração de uma exposição, pela morte da pessoa, pelo novo projecto do Álvaro Siza ou pela polémica que eclodiu. Faz-se menos o trabalho mais solto.

A quantidade [de informação] é bastante menor. Recebes mais sobre cinema, no meu caso sobre televisão, sobre teatro, sobre dança um bocadinho menos. A arquitectura não recebes necessariamente muita informação, ela flui é mais e as ligações normais entre fontes e jornalistas acabam por funcionar de forma muito mais fluída. No caso do design, não há assim tanta; recebes basicamente de um punhado de instituições ou então quando existem prémios. Mas acho que o cinema é fundamental no fluxo de informação que recebemos, a televisão também.

Nestas áreas, como em quaisquer outras, [consideramos] aqueles valores-notícia que aprendemos na faculdade e na prática, porque muitos jornalistas não são licenciados

na área da comunicação nem têm que ser, mas que acabam por fazer todo o sentido. A proximidade, a notoriedade, o inusitado, a originalidade, se existe algum tipo de contradição, polémica, infracção que faz com que as coisas sejam noticiadas. No caso do design, e da arquitectura também, há o valor estético. No design de produto e no design gráfico, tu consegues destacar-te ou de repente chamar a atenção de alguém pelo valor do teu trabalho, tal como na pintura, na escultura, na arquitectura. No design, como existe aquela coisa da poética do quotidiano, que muitos deles são objectos com os quais tu lidas normalmente, há uma maior proximidade e faz com que o valor estético acabe por se destacar. Ou o valor funcional, se te dão alguma coisa para experimentar. No que diz respeito à pintura e escultura, e também nas restantes, o factor história e não necessariamente na versão efeméride, mas o envolvimento de algum momento histórico ou alguma presença histórica. Tu ouves o nome Rembrandt ou Roudin e sabes que isso tem muito mais potencial que se ouvires o nome de alguém das mesmas áreas com muito menos relevância... não te chama.

Acho que a abordagem que a cultura do *Público* tem é uma abordagem que é feita por autodefinição. Não é necessariamente para reagir àquilo que os leitores potencialmente querem, é feita porque se definiu que era esta a abordagem que esta área do jornal iria fazer. Tal como o jornal se posiciona em relação ao mercado e em relação à realidade de uma determinada forma, a cultura fá-lo. A cultura do *Público* tem de facto um elemento diferenciador que só tem par no *Expresso* e, em parte, no *Diário de Notícias*, que é uma abordagem entre o lowbrow e o highbrow. Tem uma grande aposta na alta cultura que, à partida, de acordo com distinções e divisões sociais históricas, têm a ver com determinadas áreas, as chamadas elites, que poderão ter a ver com pessoas que tenham maior capacidade financeira. Embora todos saibamos que felizmente pessoas da classe D podem ter ou terão tanta ou mais sofisticação intelectual do que alguém da classe A. O jornal direcciona-se de uma determinada forma e decide que faz este tipo de coisas na cultura, o que não impede que acompanhe uma digressão do Tony Carreira para fazer uma abordagem um bocadinho diferente. Já aconteceu. Porque o sentido crítico do jornalista é uma das principais mais valias, é de destrinçar o que se está ali a passar, ser capaz de analisar um fenómeno. E a cultura do *Público* tenta fazer isso em relação a áreas que considera que são criticamente interessantes e criticamente e intelectualmente estimulantes. O que não impede de abordar áreas de suposta baixa

cultura ou cultura popular. Podemos escrever sobre uma telenovela e não só sobre um filme do Bergman e fazemo-lo. Obviamente, fazemo-lo quando a nossa abordagem assim o justifica, é um dos filtros como outros jornais terão outros filtros – que nós aplicamos à realidade.

[Importa informar sobre] a origem de ideias, as referências que existem ou não num determinado trabalho, no que diz respeito a cada uma das disciplinas existem especificidades, na arquitectura tens que saber o programa, o projecto e a encomenda; no design, tens que saber se existe uma versão de briefing ou se é uma edição de autor, que tipo de problemas procura resolver e que tipo de estética procura explorar; na pintura e na escultura acho que é a ideia da inspiração. Pode parecer uma ideia super vaga e batida, mas de uma maneira mais afunilada, pode suscitar um discurso muito interessante. Acho que não devem faltar questões financeiras, porque tudo tem um custo e nem que seja para dizer que é uma oferta ou um acto de um mecenas ou um investimento de alguém. E gosto muito de fazer perguntas – em relação a produtos de cultura popular – sobre a sua representatividade e a sua função no contexto actual. Acho que situar as coisas no seu contexto histórico actual é uma coisa muito interessante.

Lucinda Canelas, jornalista de arte antiga

Aquilo que eu penso hoje sobre a cobertura das artes visuais está obviamente ligado ao que fazemos hoje, mas àquilo que já fizemos no passado. Entrei para o jornal e em 1998 e quando eu entrei para o jornal, o *Público* tinha um crítico de artes plásticas sentado na redacção, que era o João Pinharanda. O João Pinharanda, que é hoje um adido cultural da embaixada de Portugal em Paris, era o nosso técnico residente, estava cá praticamente todos os dias. Havia outros, que eram colaboradores como os que temos hoje, mas o João estava sempre. O que significava que quando havia algum morto da área das artes plásticas que era preciso automaticamente enterrarmos – não era tão automaticamente como é hoje, porque ainda não existia o site – o João estava cá, como estava também um crítico de jazz, como estavam muitos críticos de música. A nossa capacidade de resposta nessas situações era incomparavelmente maior. Nós temos uma cobertura muito acima da média dos outros jornais, não acho que seja a cobertura

suficiente, porque há sempre muitas coisas a acontecer nas artes plásticas. Há dezenas e dezenas de galerias com exposições, muitas com exposições muito interessantes. Para além disso, há as colecções privadas que têm museus abertos e há todas as colecções públicas. Já para não falar daquilo que são as artes plásticas a nível internacional, porque nessa altura em que eu entrei, o *Público* também tinha uma rede de correspondentes nacionais e internacionais imensa, o que significava que era muito fácil para nós ter uma exposição não como uma cobertura crítica, mas como uma cobertura noticiosa que fosse importante em Guimarães, quando ela de facto acontecia e não agora como acontece, dois meses depois, ou um mês e meio depois, se é que lá vamos. Portanto, a resposta de “não, acho que devíamos ter mais e acho que temos responsabilidade para ter mais” está também indexada àquilo que já tivemos. São quase 20 anos de diferença entre uma coisa e outra. Acho que devíamos ter mais. Dito isto, acho que temos muito mais do que toda a outra imprensa escrita em Portugal, seja diária seja semanal, e continua a ter uma perspectiva muito crítica que me parece interessante. Mesmo quando os textos não são de crítica, são textos iminentemente noticiosos ou de reportagem no sentido mais escrito, eles têm sempre o olhar informado. Perdemos a Vanessa Rato, que fazia para nós artes plásticas e que era uma jornalista que sabia muitíssimo da área, tinha muitas fontes na área. Foi uma perda significativa e isso faz com que tenhamos menos jogo de cintura para aquilo que são as coisas do dia-a-dia. Obviamente, o planeamento existe. Temos três críticos de artes plásticas a trabalhar para o *Ípsilon*, a Luísa Soares de Oliveira, o Nuno Crespo e o José Marmeleira. Eles existem e continuam a fazer o seu trabalho, mas a título jornalístico acho que devíamos ter mais capacidade de resposta.

É o facto da redacção ter perdido muitas pessoas. Esta falha existe em todas as outras áreas e não me estou a circunscrever só à cultura. Mas nós tínhamos muito mais pessoas do que temos hoje, obviamente nós temos que trabalhar com as pessoas que temos hoje, mas isso significa que temos que escolher mais hoje do que tínhamos que escolher no passado e isso é determinante em todas as áreas, e as artes plásticas não são excepção.

Só não estamos tão determinados pela agenda quando a agenda não nos atropela, que é o caso do mês de Agosto. Amanhã vou para o Luso fazer uma exposição que nós nunca faríamos se não fosse Agosto. Um tema que me interessa, junta arte, património,

natureza, tem a minha cara. Mas se não estivéssemos em Agosto e eu estivesse assoberbada com duas comissões parlamentares mais três inaugurações, não conseguíamos ir para o Luso um dia inteiro, para a Mata do Buçaco, a partir de uma exposição que provavelmente não tem interesse nenhum mas o tema é giríssimo, para perceber como é que os carmelitas e a filosofia e a visão do mundo dos carmelitas ajudaram a mudar a paisagem do Buçaco. Não poderíamos fazer isso se tivéssemos uma agenda normal.

Eu recebo [informação] de muitas outras áreas da cultura, mas a informação é mais sistemática tanto quanto é mais comercializável em relação à área que tu cobres. Por exemplo, tens discos para vender seja em suporte físico seja em streaming, por isso é muito sistemática a divulgação do trabalho das editoras discográficas, como é muito sistemática a divulgação do trabalho das editoras que editam livros. A mesma coisa se passa quando se trata de galerias e se trata de exposições em meios institucionais como o MNAA ou o MNAC. Isso aí é muito sistemático. As outras áreas que eu eventualmente cubro às vezes não têm nada para “vender” e tens que ir mais à procura das histórias. Se as pessoas que estão do outro lado a fazer comunicação fizerem bem o seu trabalho, sabem para quem devem mandar, e secalhar não mandam muitas coisas de arte contemporânea para mim e mandam para a Isabel Salema, ou mandam mais para a Joana de design e arquitectura. Eu acabo por receber isso tudo, porque bem ou mal, escrevo sobre muitas áreas.

[A selecção faz-se pelo] interesse, a pertinência daquilo que está a ser divulgado, da exposição, do artista, a sua projecção, a proximidade... Todos os critérios que vêm em todos os livros e compêndios de jornalismo. São os mesmos para tudo, acho que não há diferenças.

Acho que é uma coisa que [os leitores] acompanham, não tanto como a arquitectura ou outras áreas, porque os nossos leitores são de fetiches. Há segmentos de leitores que nos acompanham muito. Estou sempre a brincar com a Teresa, porque a ciência e a cultura encontram-se muito, são conhecimentos muito específicos. Um leitor comum pode interessar-se por um atentado no Paquistão como se interessa por uma manifestação nas escadarias de São Bento. Mas secalhar o leitor que vai ler sobre a sonda da NASA que acaba de gravitar sobre Marte ou sobre uma célula qualquer ou uma placa do Dario I que foi encontrada agora numa escavação na Rússia é um leitor

muito específico. Eles encontram-se muito. Geralmente as pessoas que entrevistamos das áreas da cultura, se lhe perguntares que outra secção do jornal é que elas privilegiam, da minha experiência, 80% das vezes eles dizem a ciência. E provavelmente se fizeres a pergunta ao contrário, vais encontrar muita gente da ciência que lê a cultura do *Público*. E isso tem a ver com as especificidades do próprio jornal, acho que o leitor se interessa, de facto, por estas áreas, provavelmente não tanto como se interessa por música ou cinema, mas o leitor do *Público* está habituado a encontrar nas páginas do jornal tanto em on-line como em papel as artes plásticas. E está habituado sobretudo a que nós não acompanhemos só as exposições, mas que façamos história à volta dos artistas e das obras e das notícias mesmo de internacional que vão aparecendo.

É óbvio que interessa o valor noticioso e tu consegues dar em cima da notícia ou até antecipar a notícia, mas o que interessa de facto é contar uma estória com aquela notícia. Apresentar uma obra, apresentar uma pessoa, entrar num ateliê, isto é verdade para as artes contemporâneas como para a pintura do século XVI. Se vieres de lá com uma estória, certamente que vais agarrar muito mais as pessoas ao texto. E mesmo tu como jornalista, é mais aliciante trabalhar nessa óptica do que fazer a notícia pura e dura. Se fores à procura das estórias, as pessoas acabam por se interessar mais porque há ali um grau de humanidade naquela notícia, mas também porque se nota no texto, certamente, o entusiasmo do jornalista que o escreveu e isso só pode resultar. O Mário escreveu sobre uma das musas do Leonard Cohen, a Marianne, que morreu. O Mário escreveu e saiu três dias depois de toda a outra imprensa ter dado, mas ele escreveu daquela maneira, e de facto foi um sucesso. Acredito piamente nisso, e é por isso que eu ainda gosto de fazer jornalismo, que a forma como tu contas uma estória é o que mais interessa.

Além de obviamente te informares sobre o artista, é muito importante informares-te sobre o evento ou a exposição que vais cobrir. Depois, para mim é muito importante ler bastante sobre o contexto em que aquela obra nasce, em que o artista vive, e tentar perceber quais são as questões que se colocam mais sobre aquele artista. [É preciso] tentar encontrar alguém dentro e fora do museu que me possa falar sobre aquela obra especificamente para eu poder contar uma estória específica sobre aquele auto-retrato. Portanto, é munires-te de toda a informação que te pareça necessária, para depois

poderes escolher o que vais usar dessa informação de forma mais esclarecida e poderes depois contar toda uma estória que te interesse. Quando estás a lidar com génios e gigantes da história da arte, tens que ir falar com quem sabe.

Sérgio B. Gomes, jornalista de fotografia

O *Público* chegou a ter no seu quadro permanente um crítico de jazz. Um crítico de artes plásticas é suficientemente abrangente e pode estar ocupado todos os dias da semana, 365 dias por ano. Um crítico de jazz é um bocadinho mais relativo. Não se passam assim tantas coisas em Portugal a nível de jazz na edição discográfica, ele tinha que pôr a imaginação a funcionar para manter o seu tempo ocupado.

Se me perguntares se a fotografia tem o espaço ou a visibilidade suficientemente equilibrada com o resto das outras artes, não sei. Nunca me foi recusado espaço cada vez que eu quis publicar uma coisa de fotografia, não é por causa de ser fotografia. Às vezes não tem tanto a ver com a especificidade do suporte ou da área, tem a ver com outros factores do quotidiano, como o fecho do jornal, coisas de agenda que têm oportunidade de entrar agora ou não, ou então se perderes a oportunidade de publicar agora já não faz sentido publicar daqui a uma semana. Temos a sorte de ter editores com quem podemos falar e explicar da validade, da importância, da proximidade de qualquer assunto e da sua relevância para estar nas páginas do *Público*.

Não acho [que haja ditadura da agenda]. Gostava que estivesse mais independente desses factores, que são normalmente as piores muletas para se agarrar os temas. Às vezes há coisas que são inevitáveis, como os grandes festivais, as inaugurações das instituições grandes. Mas acho que o *Público* tem sabido dosear essa cobertura, noutras artes também. Por exemplo, acho que é um dos poucos jornais – o *Expresso* também faz um bocadinho isso – que, na nossa crítica de livros, apesar de não ser muito vasta, é suficientemente diversificada na sua abrangência. Fazemos desde a editora de uma pessoa ou do autor que se autoedita até aos livros da Porto Editora ou das grandes casas livresas. No caso da fotografia, gostaria que estivéssemos menos dependentes e isso também depende de quem cobre esses assuntos. No meu caso, não tenho a disponibilidade de tempo que gostaria de ter para ter a capacidade de ver de uma forma

mais abrangente o que é que se está a fazer nas galerias, na edição de livros, mesmo no trabalho que não é mostrado. Isso também faz falta explorar. Parece que só escrevemos ou só estamos atentos às coisas que nos chegam ao e-mail, via press release, ou através de um telefonema, mas há mais coisas a acontecer para além disso. E nós não temos a capacidade nem a disponibilidade de ir procurar essas histórias que normalmente são as melhores. Também são inéditas, são as coisas que os outros não têm e por isso há todas as vantagens em conhecer bem o meio, conhecer bem as fontes e intervir no momento oportuno.

Já aconteceu comigo [mostrarem-me] trabalhos em andamento e o fotógrafo achar que tinha segurança suficiente e queria mostrar, porque isso ajudava-o. Tive vários casos de fotógrafos que mostraram pela primeira vez o seu trabalho nas páginas do *Público*. É bom porque os fotógrafos sentem que somos responsáveis, ou que vamos tratar bem uma coisa que ainda não tem uma caução nem da crítica nem das instituições nem dos museus.

Acho que o *Público* é um oásis no tratamento das artes visuais e da cultura. Continua a ser um jornal que tem a manutenção de um suplemento específico vocacionado para a cultura, isso dá-lhe uma força grande que provavelmente os outros jornais não têm tanto e custa-lhes a impôr essa marca nas páginas de um jornal diário (como o *DN* e o *JN*) que têm que lutar muito mais para meter tantas páginas de cultura por semana como o *Público* acaba por fazer. Além do suplemento semanal, temos várias páginas todos os dias dedicados à cultura. Deve ser o jornal que mais páginas dedica à cultura por ano em Portugal. O que eu tenho notado nos últimos anos é que há uma grande diferença de como as coisas eram feitas há 17 anos. O facto de termos crítica muito especializada em várias áreas da cultura, tínhamos no design, e continuamos a ter algumas dessas coisas, mas são colaboradores; pessoas que escrevem muito poucas vezes ao longo do ano. Essa especificidade creio que se perdeu um pouco e agora secalhar recorre-se muito mais a um jornalista da casa que não é tão especialista nessa área. Não quer dizer que faça melhor ou pior, mas provavelmente vai ter mais dificuldade em entrar no tema, secalhar não vai abordá-lo da mesma maneira. E acho que em todo o mundo, somos todos cada vez mais generalistas em vez de ser especialistas. Os especialistas estão a ser puxados para meios muito especiais e são vendidos a um nicho de pessoas, mas há também outro efeito nefasto que tem a ver com

a velocidade com que as coisas acontecem. Numa redacção, há cada vez menos tempo para pensar, menos tempo para discutir objectivamente o que é que vamos tratar, fazer um verdadeiro trabalho de planeamento. É dos grandes desafios de um jornal diário planear a médio e longo prazo.

Esse planeamento deve ser feito em conjunto. Fazer isso de uma forma isolada ou olhar para a agenda da Lusa e marcar ali umas coisas no papel na solidão do computador e do ecrã, pode resultar mal. O *Ípsilon* tinha um fórum de discussão muito interessante até há bem pouco tempo, era uma reunião semanal de planeamento. Nas reuniões em que participei, gostei muito do nível de discussão, da abertura com que se discutia, da crítica desempoeirada. Era muito difícil porque a maior parte das pessoas que fazem o *Ípsilon* são colaboradores e trazê-los à redacção semanalmente era difícil e imagino que tenha a ver com essa dificuldade logística. Parece que estão sempre coisas a acontecer que já devíamos ter feito; e é esse sentido de urgência que nos tolhe a necessidade de parar para pensar que é absolutamente fundamental numa redacção.

Eu acho que é um caminho perigoso olhar puramente para números e fazer coisas só com base no chartbeat. E felizmente no *Público* nós orientamo-nos por outros critérios que não apenas aquilo que gera o maior número de partilhas e leituras. Acho que a fotografia não é um assunto popular e se as coisas que escrevo são das coisas mais lidas, são super populares e blockbusters – não são. Tenho pouquíssimos exemplos que possa dar ao longo dos anos que tenho escrito sobre fotografia de coisas que tiveram um alcance grande. E são pelas piores razões, quando pões um [determinado] título ou assim. Lembro-me de um dos últimos casos, era um trabalho que tinha a ver com prostituição, o negócio do sexo, e isso transformou aquele trabalho num blockbuster da página, mas eu sei que isso não foi por razões que são puramente artísticas ou de genuína curiosidade acerca do autor. Pelo menos o tipo de fotografia que o *Público* trata. Não cobrimos o tipo de fotografia que é puramente guiado pela técnica, com aqueles arrastamentos, a velocidade, de grandes Photoshops. Esse tipo de fotografia não nos interessa tanto, porque achamos que isso é uma expressão que vale o que vale, tem importância para o seu autor, para os amadores que gostam daquele género de fotografia, mas não avançamos muito mais por aí. Não quero com isto dizer que só fazemos as coisas que interessam às elites ou a uma minoria ou uma coisa tão conceptual que dificilmente explicarás aquilo a alguém. Olha a Teresa Firmino, a

dificuldade que ela tem em explicar aqueles conceitos específicos da ciência. Eu acho que nas artes é a mesma coisa, nós podemos ir falar com o autor que faz um tipo de trabalho muito particular ou que parte de uma ideia conceptual, mas que achámos relevante.

A nossa preocupação deve ser não nos armarmos em grandes escritores ou às vezes há essa presunção e tendemos a ir por esse caminho. A nossa principal função é fazer passar uma mensagem e um texto jornalístico ganha muitíssimo se for clarividente. Quando se trata de explicar trabalhos nas artes visuais, não são coisas assim tão textuais ou óbvias de explicar e podemos perder-nos um bocado com rodriguinhos e barroquismos à volta dos trabalhos que são prejudiciais ao texto. É essa a minha principal preocupação. Escrever de uma forma clarividente, não de uma forma simplista, mas ao ponto daquele texto e daquele trabalho ser perceptível para toda a gente.

ANEXO B

Tabelas utilizadas para a análise quantitativa feita nos gráficos

Nº de artigos por tema

Secção	Junho	Julho	Agosto	Total
Música	72	79	85	236
Cinema	51	88	75	214
Teatro	19	25	8	52
Dança	6	3	1	10
Livros	32	42	47	121
Artes*	33	49	29	111
Arquitectura	16	9	4	29
Design	5	2	1	8
Política Cultural	7	13	7	27
História	5	3	12	20
Património	2	1	2	5
TV	6	18	22	46

*A contabilização no relatório fez-se com a arquitectura e o design, embora estas estejam separadas das artes no site da cultura, totalizando 185 entradas.

Nº de artigos por arte

Artes	Junho	Julho	Agosto	Total
Pintura	11	23	15	49
Escultura	5	8	11	24
Fotografia	11	9	5	25
Design	5	2	3	10
Arquitectura	16	9	4	29
Outros (urbana, instalação, contemporânea)	9	13	6	28

Nº de artigos por género

Feature	35	38	33	106
Reportagem	15	34	14	63
Entrevista	11	7	0	18
Obituário	7	10	10	27
Crónica	0	1	4	5
Crítica	49	64	38	151
Opinião	5	8	8	21
Perfil	4	5	5	14
Fotogaleria	1	1	0	2

Nº de artigos por localização geográfica

Local	Junho	Julho	Agosto	Total
Porto	1	4	0	5
Lisboa	7	14	6	27
Nacional	11	11	15	37
Internacional	5	19	6	30
Outros	1	7	2	10

ANEXO C

Seleccção de artigos produzidos no âmbito do estágio a que este estudo se refere

Cinema africano na Cova da Moura

Cinema
Maria João Monteiro

A I Mostra Internacional de Cinema na Cova – África e Suas Diásporas acontece entre hoje e sábado, em Lisboa

África sempre foi continente de contrastes, de uma diversidade cultural imensurável e difícil de conter entre fronteiras. Muitos partiram dali para o mundo apenas com o sonho de encontrar uma vida mais digna, mas as raízes africanas nunca deixaram de crescer e cabem, agora, numa grande tela à disposição de todos.

A I Mostra Internacional de Cinema na Cova – África e Suas Diásporas pretende dar a conhecer o cinema negro contemporâneo e decorre entre hoje e sábado na Cova da Moura, em Lisboa. Inserida no festival cultural Kova M, irá apresentar 14 filmes provenientes de sete países africanos e de outros com uma grande presença da comunidade africana. “Estes são filmes que fazem pensar África, a realidade dos emigrantes e dos cidadãos negros que vivem por toda a Europa”, conta Maíra Zenun, do Fórum Itinerante do Cinema Negro, que fez a curadoria dos filmes com Janaína Oliveira.

A selecção das curtas e longas-metragens foi feita a pensar no trabalho desenvolvido por cineastas negros emergentes, “alguns apenas com um ou dois trabalhos”, que estão espalhados pelo mundo. O cinema africano dará vida ao bairro da Cova da Moura, mas a ideia é que este se abra a toda a gente. “Também queremos trazer pessoas de fora para circular e conhecer estas práticas culturais e artísticas”, conta a curadora, que caracteriza a mostra como uma “oportunidade única para se saber mais sobre a cultura negra”.

A formação é a grande aposta e começa quando se encerra cada sessão de cinema, pois haverá debates diários com membros da equipa de cada filme. Haverá, ainda, uma oficina de cinema dirigida aos jovens. A mostra ocupará a Tabacaria Tropical e a Travessa do Outeiro. *Relatos de Uma Rapariga nada Pudica*, de Lolo Arziki, *As Minas do Rap*, de Juliana Vincente, *A Batalha do Passinho*, de Emílio Domingos, são alguns dos filmes a exibir. A mostra será encerrada com uma sessão especial com o realizador guineense Flora Gomes. **Texto editado por Isabel Coutinho**

Shakespeare encontra Donald Trump num campo de refugiados

Teatro
Maria João Monteiro

Trocava a Minha Fama por Uma Caneca de Cerveja cruza os dilemas do momento com textos canónicos do teatro

Todos os dias chegam imagens dramáticas e poderosas de acontecimentos que estão a transformar radicalmente o mundo: a guerra na Síria, a crise dos refugiados, a candidatura de Donald Trump à Casa Branca, os sucessivos atentados. O que era distante tornou-se próximo e automatizou-se o hábito de mostrar solidariedade através de um ecrã, seja por meio de gostos, partilhas ou das cores das bandeiras. São questões como estas que a peça *Trocava a Minha Fama por Uma Caneca de Cerveja*, uma das estreias do festival Glorioso Verão, quer discutir. O espectáculo de Teresa Sobral, Rui Neto e Miguel Sobral Curado pode ser visto até sábado no Jardim de Inverno do Teatro São Luiz, em Lisboa.

O público é, desde logo, convidado a entrar numa tenda montada pelo Exército e a escolher um lugar entre os bancos de madeira, sobre os quais repousam braçadeiras com os nomes de personagens de William Shakespeare: Hamlet, Oteló, Romeu e Julieta. Ao centro, uma mesa com refeições

embaladas para que o público se sirva. “Quisemos recriar um ambiente semelhante ao das refeições nas tendas dos campos de refugiados”, explica Teresa Sobral.

Ao longo de 45 minutos, o público é levado a um confronto a que não pode escapar com a facilidade com que faz o infinito *scroll* no Facebook. “Não queremos causar desconforto físico, mas fazer pensar. Existe, por exemplo, um contraste entre as refeições dos refugiados e os encontros faustosos do G20”, diz Rui Neto.

A partir de colagens de Shakespeare e do dramaturgo alemão Heiner Müller, que salienta de forma recorrente a importância da revolução, a peça é uma experiência bilingue que se pretende altamente interactiva e sensorial. Assim é quando são atribuídos importantes cargos da política mundial às personagens de Shakespeare, que se vêem pessoalmente questionadas sobre o encerramento de fronteiras, o “Brexit” ou o movimento LGBT. Ou quando o público fica isolado no escuro a ouvir o discurso de anúncio da candidatura de Trump, em que o republicano promete construir um muro para travar a imigração. Miguel Sobral Curado, responsável pelo espaço sonoro, refere que “o uso de seis colunas serve para criar a curiosidade no público e, de facto, fazê-lo ouvir”.

A soberania do digital é, a par da crise na Europa e do poder despro-

porcionado dos grandes líderes mundiais, a questão central. “Queres dominar o mundo? Descarrega a nossa aplicação, recebe uma licenciatura grátis e ganha acesso ao *lobby* do poder”, ouve-se. A comunicação está a sofrer mudanças com enormes repercussões sociais e políticas, lamenta Teresa Sobral. “Só se presta atenção a *gifs* e *memes*. Tenho a certeza de que haverá por aí um *memé* do Hamlet a dizer ‘Ser ou não ser – eis a questão’”, diz, enfatizando o lugar da mensagem no palco: “Para mim, o teatro é um espaço político e importa sempre o que vou dizer.”

Muito presente em *Trocava a Minha Fama*... está também a dicotomia entre a revolta no passado, feita nas ruas, e a passividade da era digital, em que a inconsciência de gostos e partilhas ajuda à camuflagem dos problemas. “Já estamos em guerra, apesar de não nos apercebermos. A nossa maior arma é o clique”, afirma a também encenadora.

Shakespeare aborda as pedras basais da condição humana, daí a sua obra continuar a ser usada. E o certo é que a passagem “Esta consciência faz de todos nós covardes”, uma das mais marcantes de *Hamlet*, fica a pairar depois de uma intensa dose de reflexão social e política. Activado o exercício de pensar sobre o mundo, estamos mais perto de deixar de ser reféns dos ecrãs. **Texto editado por Inês Nadais**



da Lusofonia (sábado, às 22h15). Sul-africanos, praticantes de uma house que reflecte a diáspora africana, os Batuk lançaram o seu disco de estreia, *Músicas da Terra*, em Maio, e contam neste espectáculo com a participação da percussão de Gueladjo Sané (Guiné-Bissau).

Já o colectivo reunido em torno de Waldemar Bastos junta músicos da Guiné (como Kimi Djabaté), Moçambique, São Tomé, Cabo Verde, Brasil e Portugal. Waldemar foi escolhido para encerrar o Lisboa Mistura por ser “uma grande voz do mundo português, da diáspora, da mistura, da criouliização”, um homem “com grande carisma, grande intensidade”, defende Carlos Martins.

Criouliização, diga-se, é uma palavra que o director do festival usa muito, ele que denuncia a inexistência, nos dias de hoje, de “um verdadeiro espírito comunitário”. Para Martins, “a lusofonia feita por Portugal tem sido mal feita” e o Lisboa Mistura existe para tentar, à sua escala, colmatar essas deficiências.



As personagens de Shakespeare vêm-se questionadas sobre o “Brexit” ou sobre o movimento LGBT

Uma livraria criada por curadores de todo o mundo

Florentin Bosse escolheu o *stock* da sua livraria – a Letters Matters, que abriu a 1 de Julho em Lisboa – a partir dos dez livros favoritos de cerca de 500 pessoas de diferentes idades, religiões e orientações sexuais

Livros
Maria João Monteiro

Florentin Bosse é dono de uma postura descontraída e de um olhar não-mada que contém o mundo. À primeira vista, ninguém adivinharia o número de anos que trabalhou de fato e gravata num banco, com o sonho de adquirir uma vinha e gozar a reforma confortavelmente. Quando a sua vida sofreu uma reviravolta pessoal, decidiu isolar-se da sociedade e imergir na natureza, fazendo 3800 quilómetros a pé em seis meses, entre Berlim e Santiago de Compostela. Mas não sentiu que a sua jornada estivesse completa. O romeno de origem alemã seguiu viagem até Lisboa e mudou radicalmente o seu objectivo. “Apercebi-me de que era um sonho egoísta e quis fazer algo para os outros”, conta.

Esse sentido de propósito que, aliado ao gosto de sempre pela leitura, alertou Florentin Bosse para a necessidade de sobrevivência da literatura no mundo digital em que vivemos. “Conheci pessoas que me disseram que já não lêem porque, se precisarem de saber alguma coisa, podem ver um resumo ou consultar as redes sociais”, lamenta.

Foi então que pediu a amigos e a desconhecidos espalhados pelo mundo que lhe dessem uma lista com os seus dez livros favoritos para poder reunir a “herança cultural de todos nós” no mesmo espaço e, assim, “resgatar a paixão das pessoas pela leitura”. A experiência procurou, também, combater as pressões do mercado. “Quis aqui colocar os melhores livros de sempre, e os *best-sellers* normalmente não são os melhores livros”, diz.

Assim nasceu em Lisboa, no dia 1 de Julho, a livraria Letters Matters, que conta com mais de 200 livros seleccionados por cerca de 500 curadores. Quem entra no n.º 21 da Rua Rodrigo da Fonseca, ao Largo do Rato, encontra um espaço familiar e acolhedor, com um *lounge* à entrada ladeado por uma estante decorada com retratos de escritores como Virginia Woolf, Fernando Pessoa e Oscar Wilde. Na parede da direita, mais imagens de autores como Gabriel García Márquez, “todos proposadamente sem legendas, para criar curiosidade nas pessoas



O romeno Florentin Bosse terminou uma caminhada de 3800 quilómetros em Lisboa, onde decidiu abrir uma livraria aberta ao mundo

e ver se elas reconhecem as caras”.

O que chama mais a atenção é o grande painel da parede à direita, que eterniza os nomes dos leitores que cederam as suas listas de “livros que acham tão bons que sentem que toda a gente tem de os ler”. Carmen Padgoeran (Argentina), Felipe Carneiro (Brasil), Sara Gröte (Alemanha), Vincent Boilay (França), Cristina Cormanac (Roménia) e Louise Carmichael (Reino Unido) são apenas alguns dos curadores que fazem parte da história da Letters Matters. O escritor e colunista do PÚBLICO Miguel Esteves Cardoso doou a sua lista a Florentin Bosse, “porque ouviu falar do projecto e gostou da ideia”. Mas também os livros da vida de Gabriel García Márquez (Colômbia) e Ernest Hemingway (Estados Unidos) estão ali. “Fiz um pouco de batota, admito, vi as listas dos favoritos deles *online*”, confessa Florentin, divertido.

Os curadores da Letters Matters vêm dos quatro cantos do mundo e têm idades, religiões e orientações sexuais diferentes. Factor que ajudou à surpresa de Florentin Bosse quando olhou para os dez favoritos de toda a gente e percebeu que havia cerca de 50 livros comuns a grande parte dos leitores. É o caso de títulos como *O Príncipezinho*, de Antoine Saint-Exupéry, *O Alquimista*, de Paulo Coelho, *À Espera no Centeio*, de J.D. Sallinger, e *Cem Anos de Solidão*, de García Márquez. “É muito recompensador verificar que encaramos a qualidade da mesma maneira”, diz.

A Letters Matters foi criada a pensar nas diferentes personalidades dos visitantes, com o objectivo de criar uma atmosfera convidativa à leitura. “Temos uma área de estudo e intelectual, temos uma área mais de conversa e outra de restaurante”, conta Florentin. Os próprios livros que habitam as estantes são compa-

neiros para todos os gostos. Há os *thrillers* misteriosos de Dan Brown, as aventuras de Sherlock Holmes, de Arthur Conan Doyle, os grandes volumes de fantasia de Ken Follett, as sagas de *Harry Potter* e *Senhor dos Anéis*, os filósofos Jean-Paul Sartre e Noam Chomsky, Fernando Pessoa e os seus heterónimos.

Xadrez e debate

Florentin pretende devolver a leitura às pessoas num presente digital em que a imagem predomina, seja através da televisão, do cinema, do YouTube ou do Instagram, e fazê-las perceber que tudo tem origem nas letras. “Um filme, por exemplo, tem sempre um guião escrito e uma equipa que o lê e nos apresenta a sua interpretação dele”, explica o fundador, que acredita que cada pessoa deve mergulhar no livro e criar a sua própria história. “Se lermos, ficamos mais inteligentes e perspicazes e com

um vocabulário mais alargado.”

Ainda a dar os primeiros passos, a Letters Matters deverá tornar-se, aos poucos, um centro de debate cultural onde as pessoas se devem dirigir “se quiserem sonhar de olhos abertos e explorar outros mundos que talvez sejam a única realidade verdadeira”. Um sítio onde se possa jogar xadrez, ler e trocar ideias, assistir a debates literários e lançamentos de livros, visitar exposições.

Florentin Bosse é guiado por uma fé inabalável que contraria os cépticos que clamam que o fim dos livros em papel será inevitável. “O livro é parte da natureza; se olharmos através de um microscópio, há bactérias. Há sempre alguma forma de vida”, diz. E, venham Kindles, *e-books*, ou outros substitutos, nada pode matar a magia de ter um livro na mão, de poder folheá-lo e apreciar o cheiro do papel.

Texto editado por Inês Nadais

“As pessoas continuam a achar que os preços são altos”

Jorge Brito
Editorial Presença

Os livros (e os saldos) são para todos na 86.ª Feira do Livro de Lisboa

Reportagem Maria João Monteiro

Durante duas semanas, o Parque Eduardo VII, em Lisboa, torna-se um ponto de passagem obrigatória para os amantes de livros, as suas laterais pontilhadas por barraquinhas de todas as editoras possíveis e imaginárias. A 86.ª Feira do Livro de Lisboa reúne autores e leitores e já é aguardada com expectativa por quem não abdica de ter um livro na mão e de apreciar o característico cheiro do papel.

Há quem venha de propósito à capital para visitar aquela que é a maior feira literária do país. É o caso de António Silva, arqueólogo que veio de Vila Nova de Gaia. “É uma feira grande, que dá para trabalho e para efeitos de colecionismo, porque tenho a casa cheia de livros”, afirma. António destaca a variedade de temas e refere que na feira há de tudo. “Às vezes é o que está em livro do dia, outras o que está em preço especial. Também gosto muito das bancas dos alfarrabistas”, conta.

Também de fora de Lisboa chegaram as amigas Carla Tomé e Ana Azenha, que trabalham numa livraria na Figueira da Foz. Carla não vinha à feira há 12 anos e já tinha saudades da “concentração de tudo no mesmo espaço”. Ana, por sua vez, trouxe uma lista de livros que quer encontrar. “Quero procurar, comparar preços e passar aqui o dia com calma”, diz, animada.

A Feira do Livro de Lisboa é, mais do que um lugar de compra e venda de livros, uma experiência de convívio entre amigos e famílias. André Guimarães veio com o avô pelo segundo ano consecutivo. Enquanto o avô diz que ainda só viram “um quarto da feira e faltam três filas”, André reconhece que “andar pelo parque a ver os livros é um passeio giro”.

A poucos dias de fechar as portas, e decorrida mais de metade desta 86.ª edição, a feira tem sido um sucesso, de

acordo com os editores. Ainda não há números, mas se durante a semana o movimento se dá, sobretudo, ao final da tarde, os fins-de-semana são mais agitados. Especialmente procurada é a Hora H, a última hora da feira, entre as 22h e as 23h, em que são vendidos livros editados há mais de ano e meio com o mínimo de 50% de desconto. “As pessoas continuam a achar que os preços são altos, mas aproveitam essa hora com bastante afluência, é muito positivo”, diz Jorge Brito. O coordenador da Editorial Presença diz que a editora tem apostado muito nos autores portugueses e na literatura infanto-juvenil. “Temos, por exemplo, colecções como o *Onde Está o Wally* e temos obtido bons resultados.”

Núria Figueiredo, da Almedina, conta que as vendas têm corrido bem, numa proporção parecida com a dos anos anteriores, mas de novo ressalva a importância da Hora H. “As pessoas muitas vezes ligam, perguntam se o livro está disponível para a Hora H, e reservam para o próprio dia”, conta. Na banca da Almedina, há sempre cinco livros em destaque, descontos de 20% e um livro em particular com promoção de 40%.

Já a Tinta da China estabelece, a cada ano, o objectivo de ultrapassar a fasquia de vendas do ano anterior e, segundo Alexandre Vaz, “tem conseguido cumprir sempre”. Casa de autores como Gregório Duvivier e Ricardo Araújo

Pereira, a editora promove debates e lançamentos numa espécie de “pedido de amizade ao leitor”. Alexandre vai ainda mais longe e afirma que a feira já se tornou um ritual social: “As pessoas vêm, trazem os filhos, comem um gelado. Vemos muitas famílias.”

Diz a experiência de Alexandre Vaz que muitos clientes abdicam de fazer compras durante os restantes 11 meses, à espera dos saldos da Feira do Livro de Lisboa. “Vários me contaram que, se for preciso, não compram livros durante o ano para virem gastar aqui o dinheiro”, diz.

No Parque Eduardo VII, há espaço para todos, inclusive para as bancas de alfarrabistas. João Miguel vende livros há 40 anos e está há 14 na feira. “Noto que, relativamente a outros países, as pessoas cá têm muito o espírito do barato”, diz. Apesar disso, 70% dos visitantes que se dirigem à sua banca procuram livros modernos e 30% preferem volumes antigos e de colecção.

A Feira do Livro de Lisboa caminha a passos largos para o encerramento, na segunda-feira, mas espera uma enchente este fim-de-semana e no último dia, 13, feriado municipal em Lisboa. Para o ano, escritores e leitores voltarão a encontrar-se naquela que já se tornou a casa dos livros ao ar livre aguardada por todos durante o resto do ano. **Texto editado por Inês Nadas**



Há clientes que esperam 11 meses pelos saldos da feira

mente, existe como parte da cultura. Tem de haver festivais, eventos, críticos”.

As conversas com o PÚBLICO, nos intervalos das reuniões com editores nos seus stands, prestaram-se a impressões gerais sobre um país e uma cidade que se espalhava Marquês de Pombal abaixo até ao rio. “Pensava que a literatura portuguesa era muito mais introspectiva”, diz Gallenzi. “Devia ter-me ocorrido que este país outrora foi expansionista. A ideia actual é que Portugal é muito virado para si mesmo”. “Não sei nada sobre o que é que as pessoas estão a escrever ou que estilos são dominantes”, reconhece Testard. “Vimos a Portugal, gostamos da cultura, mas não sabemos nada sobre o que significou a revolução de 1974 e como afectou a geração seguinte, ou não”, foca Mitchell Albert. E isso “dá a tudo o que foi escrito um contexto, uma âncora”.

O esforço que falta

Mas entre livros e anúncios de sessões de autógrafos, fala-se também do mercado britânico, usam-se palavras como “passividade”, “arrogância”, e questiona-se até a “estreiteza de visão do mundo que fala inglês” – diagnóstico de Jacques Testard, director fundador da sua própria editora aos 29 anos (hoje tem 31), que explica que “a tradução é uma proposta mais difícil” para editores que falam apenas a sua própria língua. “Mas tendo vindo cá, e tendo conhecido alguns editores, também parece que não há um esforço real para levar os escritores portugueses para fora do país no que toca à venda de direitos”, aponta.

Em Lisboa, os editores estrangeiros contactaram ainda com o Instituto Camões e com o Ministério da Cultura, tiveram conversas sobre como promover a literatura portuguesa, falaram da necessidade de apoios estatais, de mais iniciativas como esta – que a Embaixada em Londres prevê que se possa realizar de dois em dois anos em Portugal e que tenha eco na capital inglesa em breve, com a ida de um pequeno grupo de editores, críticos e outros agentes do sector. “Já fiz várias viagens deste género e mesmo que não se saia delas logo com um livro para publicar, que é o caso, são sempre úteis pelo envolvimento mais próximo que se ganha com o contexto cultural. Quando sabemos de um livro que vem desse país, temos automaticamente um sentimento de propriedade”, diz Mitchell Albert.

questionou sobre que outros países lutam pelo mesmo tipo de lugar literário ao sol actualmente – as nações do Báltico, a Grécia.

“É vermos a história de Elena Ferrante [fenómeno literário com os quatro livros *A Amiga Genial*] e da literatura italiana, ou dos noruegueses: houve uma altura em que não eram muito conhecidos. Foi preciso um grande editor, um grande escritor, e fluiu. Mas tem de haver dinheiro. E paixão”, argumenta Goldsmith.

Bruno Pacheco, secretário-geral da APEL, lembra que em 1996 Portugal foi o país convidado da Feira de Frankfurt e que um ano depois Saramago recebeu o Nobel. “Não é só uma coincidência. É preciso haver dinheiro, investimento”, atesta. E “confiança”, completa Goldsmith. “A literatura não existe isolada-

Sumário

6: João Pedro Rodrigues
Os desvios do cineasta português a caminho de Locarno

10: Margot Dias
Os seus filmes entre os macondes são como um bloco de notas e vão ser editados

14: Possidónio Cachapa
Um livro sobre a fragilidade das relações familiares

Ficha Técnica

Directora Bárbara Reis
Editor Vasco Câmara
Design Mark Porter, Simon Esterson
Directora criativa Sónia Matos
Designers Ana Carvalho e Mariana Soares
E-mail: ipsilon@publico.pt



A cantora Patti Smith e os actores Maxine Peake, Ben Whishaw e Ralph Fiennes irão participar nas leituras de *De Profundis*, a carta de amor de Wilde a Lord Alfred Douglas – Ai Weiwei e Steve McQueen, artistas plásticos, irão criar as suas versões

de várias expressões artísticas para contar a história do recluso mais famoso de Reading, o prisioneiro C.33. A cantora Patti Smith e os actores Maxine Peake, Ben Whishaw e Ralph Fiennes irão participar nas leituras de *De Profundis*, a carta de amor de 50 mil caracteres que Wilde escreveu a Lord Alfred Douglas, seu amado, enquanto encarcerado. Richard Ellman, biógrafo de Wilde, afirma que “é uma das mais longas e belas cartas de amor alguma vez escritas”. As leituras acontecem todos os domingos na capela da prisão e duram quatro horas e meia. “Será uma experiência íntima para uma audiência que terá a liberdade de ir e vir ou ficar preso ao seu lugar”, diz Michael Morris, da associação artística Artangel (conhecida por apresentar obras em lugares incomuns), ao *The Arts Newspaper*.

O realizador Steve McQueen irá explorar a ideia do enclausuramento com uma intervenção surpresa nas celas. O artista chinês Ai Weiwei e as escritoras Jeanette Winterson e Gillian Slovo irão criar as suas versões da carta tendo como inspiração “a separação imposta pelo Estado” a partir de experiências reais ou imaginadas. As cartas serão, depois, expostas nas celas e, no dia 11 de Setembro, a BBC Radio vai transmitir a leitura de algumas delas.

A fotografia norte-americano Nan Goldin mostrará novos trabalhos que retratam o “desejo obsessivo” e serão reveladas novas pinturas e esculturas de Marlene Dumas e Robert Gober, respectivamente. Já artistas como Roni Horn, Doris Salcedo e Felix Gonzalez-Torres terão os seus trabalhos expostos nos corredores do edifício vitoriano. “Wilde não foi só a primeira celebridade da prisão, mas a primeira celebridade que deixou a máscara cair”, refere Michael Morris.

Além deste tributo, será realizada a primeira grande exposição francesa dedicada a Oscar Wilde, que terá lugar no Petit Palais, em Paris, de 28 de Setembro de 2016 a 15 de Janeiro de 2017, e mostrará mais de 200 manuscritos, fotografias, desenhos e pinturas. Afinal, depois de dois anos enclausurado e tido como um pária, Wilde passou os últimos três anos da sua vida em Paris, onde morreu na pobreza e no anonimato em 1900. Foi

enterrado no cemitério Père Lachaise.

Oscar Wilde casou-se, em 1884, com Constance Lloyd, com quem teve dois filhos, Cyril e Vyvyan. Entre a escrita de peças de teatro, poemas e do seu único romance, *O Retrato de Dorian Gray*, levava uma vida discreta. Até ao momento em que ganhou atenção pública devido a uma rixa com Sir John Solton Douglas, marquês de Queensberry e pai homófobo do seu amado, Lord Alfred Douglas, que lhe terá deixado um bilhete à porta de casa que dizia “Oscar Wilde: sodomita fingido”.

Apesar de a sua homossexualidade ser conhecida publicamente, Wilde ficou tão enraivecido com o bilhete que decidiu processar John Douglas por difamação. Contudo, Douglas argumentou que Wilde teria pedido 12 rapazes para práticas sodomitas entre 1892 e 1894 e apresentou como prova as passagens eróticas dos seus trabalhos literários e as cartas de amor escritas a Alfred. Numa audição em que se punha a hipótese de sair sob fiança, empregadas de um hotel onde costumava ficar alojado afirmaram ter visto jovens rapazes na sua cama.

Face à consistência das provas, o advogado do escritor desistiu do caso e a Coroa britânica mandou emitir um mandado de prisão. Foi assim que Oscar Wilde chegou a Reading (anteriormente, Reading Gaol). A prisão, projectada pelos arquitectos William Bonython Moffatt e George Gilbert Scott, impunha uma estrita filosofia de isolamento que privava os prisioneiros de qualquer contacto humano. Condenado à solidão, compôs algumas das “mais belas e tristes páginas da literatura britânica” em *De Profundis*, como classifica o *Le Figaro*. “Se depois de eu sair, um amigo meu desse uma festa e não me convidasse, eu não me importaria nada. Tendo liberdade, flores e a lua, quem poderia não ser feliz?”, escreveu Wilde.

Quando saiu em liberdade, em 1897, estava fisicamente e mentalmente debilitado. Assim, partiu para o exílio em França onde viveu em casas de amigos e hotéis baratos até à sua morte. Os últimos anos da sua vida foram pouco produtivos na escrita. Desta época da sua vida apenas ficou *A Balada de Reading Gaol*, um poema de 1898 sobre o seu tempo na prisão.

Maria João Monteiro

Flash

A prisão de Oscar Wilde em Reading por Patti Smith, Steve McQueen e Ai Weiwei

Oscar Wilde viveu numa época em que a homossexualidade era crime e tabu social. Acusado de “cometer actos indecentes com pessoas do sexo masculino” em 1895, o escritor irlandês cumpriu uma pena de dois anos na prisão de Reading, em Inglaterra. O estabelecimento prisional deixou de funcionar em 2013 e, entre 4 de Setembro e 30 de Outubro, propiciará a criação de vários artistas com base em temas como a dor da separação imposta pelo Estado, o passar do tempo, a redenção e o amor.

Inside - Artists and Writers in Reading Prison vai juntar nomes



Clá: 20 anos sem medo das canções.
Pág. 22 esegs.